


UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

The seal of the University of San Carlos of Guatemala is a circular emblem. It features a central figure of a man in a red and white robe, possibly a saint or scholar, holding a book. Above him is a golden crown with a cross. The background is light blue with two golden lions on either side. Below the central figure is a landscape with green hills and a white path. The entire scene is enclosed in a circular border with Latin text: "CONSPICUA CAROLINA" at the top and "CETTERAS OIBS CONSPICUA CAROLINA CAETEMIA COACTEMALENSIS INTER" around the bottom.

“Propuesta de fortalecimiento de la comunicación organizacional interna emitida por el área de Recursos Humanos para la empresa Nuestro Diario”

Cristian Rafael Gálvez Menchú

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2016

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



**“Propuesta de fortalecimiento de la comunicación
organizacional interna emitida por el área de Recursos
Humanos para la empresa Nuestro Diario”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

Cristian Rafael Gálvez Menchú

Previo a optar el título de:

LICENCIADO 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 Bátres

Secretaria Administrativa

M.Sc. Claudia Molina

Coordinador EPS Licenciatura

Lic. Luis Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

Licda. Sandra Noemí Hernández y Hernández

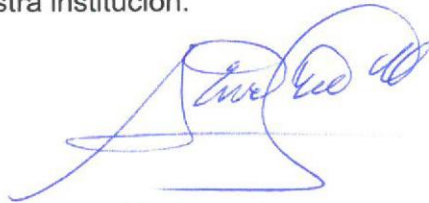
Lic. Fernando Ismael Flores Barrios

Lic. Luis Pedroza
Coordinador
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura
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 **Cristian Rafael Gálvez Menchu** con número de carné: **200517218** 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; realizo el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en **Departamento de Ventas Directas**, cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **02** de **05** al **15** de **07** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto: **“Propuesta de mejora en la comunicación organizacional interna emitida por el área de Recursos Humanos para la empresa Nuestro Diario”** entregando el material comunicacional respectivo, debidamente recibido por **Nuestro Diario**.

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista(a) y, para los usos y procesos siguientes 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,

Edgar Estrada

Director Suplemento Guatemala Productiva

Nuestro Diario

Diarios Modernos, S.A.



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

Guatemala 3 de Noviembre de 2016

Estudiante

Cristian Rafael Gálvez Menchú

Carné: **200517218**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

Me complace informarle que he revisado el informe final de EPS de Licenciatura con el título "Estrategia comunicacional para propuestas de mejoras en la comunicación organizacional interna emitida por el área de Recursos Humanos para la empresa Nuestro Diario". 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
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org

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

DEDICATORIAS

A Dios, por las bendiciones que derrama cada día de mi vida.

A mis guías espirituales, Maria Auxiliadora y San Juan Bosco por ser los formadores de mi fe.

A mis padres, por todo su apoyo incondicional en todas las etapas de crecimiento, por su amor y comprensión.

A mis hermanos, por todos sus consejos y cariño.

A mi abuela Ita, por todos sus cuidados, consejos, amor incondicional.

A todos mis amigos, con los que comparto tantas aventuras, penas y satisfacciones; porque siempre serán parte importante de mi vida.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a toda mi familia, por que se que su ayuda y consejos fueron valiosos para terminar este largo camino.

Agradezco a todas las personas que ayudaron a que este sueño sea una realidad, agradezco a la empresa Nuestro Diario por apoyarme y facilitar la realización del proyecto, por permitir desarrollarme profesionalmente sin restricción alguna.

Agradezco a mis catedráticos, por ser excelentes guías, sabios en sus consejos y pacientes con mi aprendizaje; por el tiempo que se tomaron para mostrarme las mejores cosas de mi carrera profesional.

Índice

RESUMEN	I
INTRODUCCIÓN	II
JUSTIFICACIÓN	III
 CAPÍTULO I	
1. DIAGNOSTICO COMUNICACIONAL	1
1.1. Objetivos del Diagnostico.....	1
1.1.1. Objetivo General.....	1
1.1.2. Objetivos Específicos.....	1
1.2. La Institución.....	1
1.2.1. Ubicación Geográfica.....	1
1.2.2. Historia.....	2
1.2.3. Departamentos.....	4
1.2.4. Misión.....	4
1.2.5. Visión	4
1.2.6. Objetivos Institucionales.....	5
1.2.7. Público Objetivo.....	5
1.2.8. Organigrama.....	6
1.3. METODOLOGIA.....	6

1.3.1. Descripción del Método.....	6
1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección.....	6
1.3.3. Cronograma del Diagnostico.....	7
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS.....	8
1.4.1. Gráficas, interpretación del resultado de encuestas.....	8
1.5 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA.....	16
1.5.1. Fortalezas.....	16
1.5.2. Oportunidades.....	16
1.5.3. Debilidades.....	16
1.5.4. Amenazas.....	16

Capítulo II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....	17
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES.....	17
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....	17
2.2.1. Objetivo General.....	17
2.2.2. Objetivos Específicos.....	18
2.3. PÚBLICO OBJETIVO.....	18
2.4. MENSAJE.....	18
2.5. ESTRATEGIAS.....	19
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN.....	19

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN.....	29
3.1. PROYECTO DESARROLLADO.....	29
3.1.1. Financiamiento.....	29
3.1.2. Presupuesto	30
3.1.3. Beneficiarios	30
3.1.4. Recurso Humano.....	31
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción.....	31
3.2. ESTRATEGIA Y ACCIONES DESARROLLADAS.....	31
3.2.1. Objetivo comunicacional.....	32
3.2.2. Descripción.....	32
3.2.3. Acciones desarrolladas.....	32
3.2.4. Fotografías e imágenes.....	35
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	40
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO (EVALUACIÓN).....	41
CONCLUSIONES.....	42
RECOMENDACIONES.....	43
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	44
BIBLIOGRAFÍA.....	47
EGRAFÍA.....	46

ANEXOS..... 47

 Modelo de la encuesta..... 48

 Fichas de registro de horas..... 49

Resumen

Nombre de la Empresa: Nuestro Diario

Nombre del Proyecto: “Estrategia comunicacional para propuestas de mejoras en la comunicación organizacional interna emitida por el área de Recursos Humanos para la empresa Nuestro Diario”

Objetivos del Proyecto:

General:

Mejorar la comunicación organizacional interna de Nuestro Diario emitida por Recursos Humanos a los empleados.

Específicos:

- Proponer un nuevo canal de comunicación que fortalezca los existentes para promover la comunicación interna.
- Facilitar la comunicación organizacional interna para los colaboradores de Nuestro Diario.
- Fortalecer el clima laboral interno a través de la comunicación interna.

Sinopsis del Proyecto:

Se diagnosticó carencias y debilitamiento en los principales canales de comunicación interna de la empresa Nuestro Diario, es por eso que en el Plan de Comunicación se propuso el fortalecimiento de los principales canales de comunicación interna; se implementó el plan piloto de una plataforma virtual Intranet en el departamento de Ventas Directas, donde se tuvo la participación de los trabajadores del área y de el jefe encargado.

Introducción

Este informe es el resultado del Ejercicio Profesional Supervisado, de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; el cual fue realizado en las instalaciones de la empresa Nuestro Diario, en el departamento de Ventas Directas.

En la actualidad la comunicación interna es uno de los pilares para el crecimiento y desarrollo de una empresa, se enfoca en todas las acciones y metodologías aplicativas en donde los encargados de la comunicación planifican todos los recursos posibles que permita mejor desarrollo en la organización.

Con la intención de poder aportar a la empresa en el tema de comunicación se realizó un trabajo de investigación para determinar la existencia de debilidades o áreas de mejora; se diagnosticó la necesidad de reforzar específicamente los canales de comunicación.

Nuestro Diario tiene una comunicación organizacional interna que se transmite a sus colaboradores a través de dos principales canales, el correo interno y los jefes inmediatos de cada área; en ambos casos el retorno del mensaje es poco para los colaboradores, por lo que se convierte en una comunicación descendente (De jefe a subalterno)

En este informe se hace la propuesta de la creación de un nuevo canal alternativo con el que la comunicación interna se pueda apoyar en transmitir los mensajes a los colaboradores, además de que estos últimos tengan la posibilidad de participar constantemente en el retorno de ideas hacia su jefe inmediato y expresar su sentir en la empresa.

Justificación

El desarrollo de una organización se interceptan algunos aspectos como son: sus objetivos, lo económico y sistema organizacional. El papel de la Comunicación es tan trascendente que se convierte en un eje transversal de todas las dimensiones organizacionales, por eso es necesario que se le de la importancia pertinente ya que es una base fundamental para el clima laboral.

La siguiente investigación tiene como fin establecer las condiciones actuales de la comunicación interna dentro de la empresa Nuestro Diario, específicamente mostrar cómo se da el proceso comunicacional entre el departamento de Recursos Humanos y el resto de los colaboradores.

La importancia de la realización del diagnóstico de comunicación interna se fundamenta en determinar si existen debilidades o aspectos a mejorar, de los cuales tienen incidencia en el cumplimiento de las metas propuestas por la organización, adicionalmente se podrá obtener un plano general del sentir de los colaboradores en la actualidad, sus opiniones y comentarios acerca de temas laborales dentro de Nuestro Diario.

Capítulo I

1. DIAGNOSTICO

1.1 Objetivos del Diagnóstico

1.1.1. Objetivo General

Realizar un diagnostico que de a conocer las condiciones actuales de la comunicación interna dentro de la empresa Nuestro Diario.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Enumerar los medios o canales existentes en el que se desarrolla la comunicación interna dentro de la empresa Nuestro Diario.
- Fundamentar la importancia de la comunicación interna dentro de Nuestro Diario.
- Detectar si existe deficiencias de comunicación interna dentro de la empresa.
- Proponer formas distintas de realizar comunicación interna.

1.2. La Institución / Nombre de la Institución

DIARIOS MODERNOS, S. A. / Nuestro Diario

1.2.1. Ubicación Geográfica

Avenida Petapa 23-01 Zona 12

1.2.2. Historia

Es interesante saber que durante los años 50 en Guatemala existió un periódico llamado **Nuestro Diario**, propiedad de su fundador Federico Hernandez De León.¹

Durante el Gobierno de Jacobo Arbenz Guzmán, la prensa es reprimida y sufre muchas presiones y amenazas, durante esa época **Nuestro Diario** era dirigido por Pedro Julio Garcia (Director) y Alvaro Contreras (Jefe de Redacción).

Debido a las fuertes presiones y al sometimiento del medio a favor de los partidarios oficiales de Arbenz, este grupo de periodistas y amigos deciden formar un nuevo periódico, "Prensa Libre". 47 años más tarde en 1,998, don Álvaro Contreras Valladares hijo de Álvaro Contreras Vélez y otros socios del grupo Prensa Libre, lanzan el proyecto de un nuevo periódico "**Nuestro Diario**".

El Grupo Prensa Libre para impulsar el proyecto de **Nuestro Diario**, se une a Aldea Global casa editora de El Periódico, para poder iniciar con el proyecto bajo un esquema de recursos compartidos lo que permite a ambas organizaciones mantener un bajo nivel de costos.

"Nuestro Diario "se caracteriza por ser un diario muy visual, full color, de mucho impacto, pícaro y ágil: busca la noticia pura y dura.

Este es de fácil lectura porque tiene texto fluido, explicativo y utilitario, de buena calidad periodística, temática sustanciosa, consecuente en la información y especializado en el periodismo de servicio.

En enero de 1998, se introdujo a la industria periodística guatemalteca "Nuestro Diario", el periódico "Al Día" tenía 14 meses de estar en el mercado, editaba cerca de 40 mil ejemplares diarios. En agosto de 1998, "**Nuestro Diario**" tuvo un crecimiento sostenido de unos 7 mil ejemplares de promedio por mes, hasta alcanzar ese mismo año una cifra de 55 mil ejemplares diarios.

¹ Campbell Lopez Marleen, *Nuestro Diario (experiencia laboral)*, 2004, Universidad Rafael Landívar.

En enero de 1999, “**Nuestro Diario**” realizó una promoción llamada “cuadernos”, la cual consistía en comprar el diario y se le regalaba un cuaderno. Esto ayudó a alcanzar la cifra de 90 mil ejemplares diarios y superar la circulación de “Al Día” que tenía 60 mil ejemplares; desde esa fecha, esta empresa se posicionó como líder en la industria de periódicos.

Tanto las decisiones relevantes como la visión estratégica surgen del Consejo de Administración de la Corporación “Prensa Libre” y son ejecutadas por un equipo gerencial y el staff editorial.

“Nuestro Diario” es dirigido por un staff gerencial y editorial bajo la dirección del Director Ejecutivo, que da coherencia, consistencia y sentido común a las decisiones, políticas y enfoques, tanto en lo administrativo, como lo editorial.

Nuestro Diario se compone de las siguientes secciones:

IMPACTO / Notas nacionales

NUESTRO PAIS/ Notas departamentales

OPINION/ Editorial / Críticas y quejas

NUESTRO MUNDO / Notas internacionales

NUESTRA FAMILIA / Familia, salud, variedades.

NUESTRO METRO/ Notas del sector capitalino /

NEGOCIOS Y SERVICIOS / publicidad

SECCION EMPLEOS

NUESTRA ESTRELLA / Notas de espectáculo

NUESTRO DEPORTE / Notas deportivas

1.2.3. Departamentos o Dependencias

Ventas de Publicidad

Redacción y Diseño

Trafico

Producción

Circulación

Distribución

Mercadeo

TI

Recursos Humanos

Innovación y mejora

Políticas y procedimientos

Gerencia

1.2.4. Misión

Lograr una mejora en la calidad de vida del lector, en lo social y en lo económico, a través del aporte informativo, educativo, comercial y de entretenimiento.

1.2.5. Visión

Ser un Diario Popular ligero, con contenido de calidad, centrado en el lector, circulando en varios países de América, con la mayor circulación consolidada en la región.

1.2.6. Objetivos institucionales

La prioridad # 1 es satisfacer el interés del lector.

Continúo aprendizaje e innovación.

Compartir la riqueza y los conocimientos.

Operar bajo los más altos estándares éticos.

Ser ejemplo de valores y virtudes periodísticas y empresariales en la sociedad en donde operamos.

Ser el medio más influyente en los sectores populares.

Mantener un alto estándar en la credibilidad editorial y comercial.

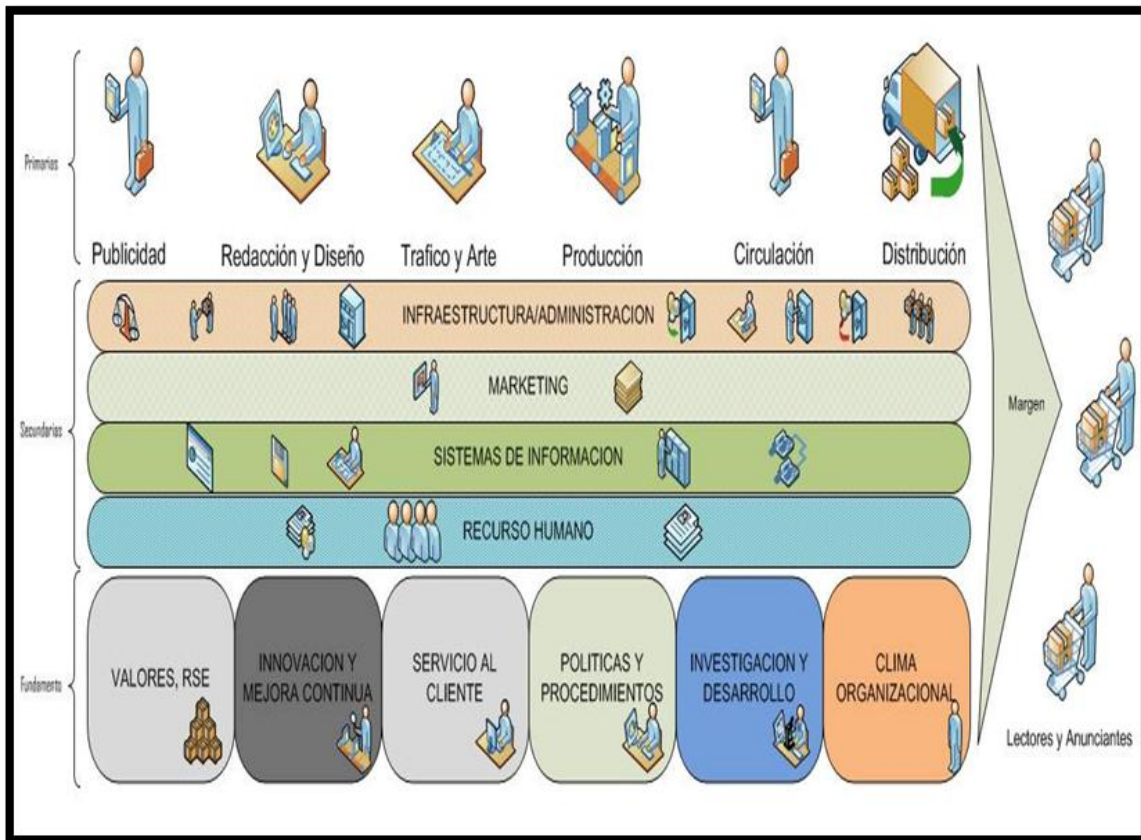
Enseñar y exigir en base al ejemplo.

Asumir las responsabilidades en los fracasos y otorgar el reconocimiento de los éxitos a los subalternos.

1.2.7. Publico objetivo

El grupo objetivo de Nuestro Diario esta focalizado a un segmento popular, de un nivel socio económico medio, medio bajo y bajo; predomina en los lectores las personas trabajadoras, que buscan una estabilidad económica y de superación educativa, se caracteriza por preferir lo visual y de baja saturación de lectura.

1.2.8. Organigrama



Fuente: Ing. María Luisa Marroquín

1.3. Metodología

1.3.1. Descripción del método

Para la realización del Diagnóstico se utilizó como herramienta de trabajo la observación, se logró analizar distintas situaciones en las que se interactuó en la organización y se percibió el desarrollo comunicacional con los colaboradores.

1.3.2. Técnica e instrumentos de recolección

Como instrumento de recolección se utilizó: bibliografía enfocada al ámbito de la comunicación, investigación y administración organizacional, observación en campo de trabajo y encuestas con preguntas abiertas y cerradas, una muestra de 25 colaboradores, de un universo de 420.

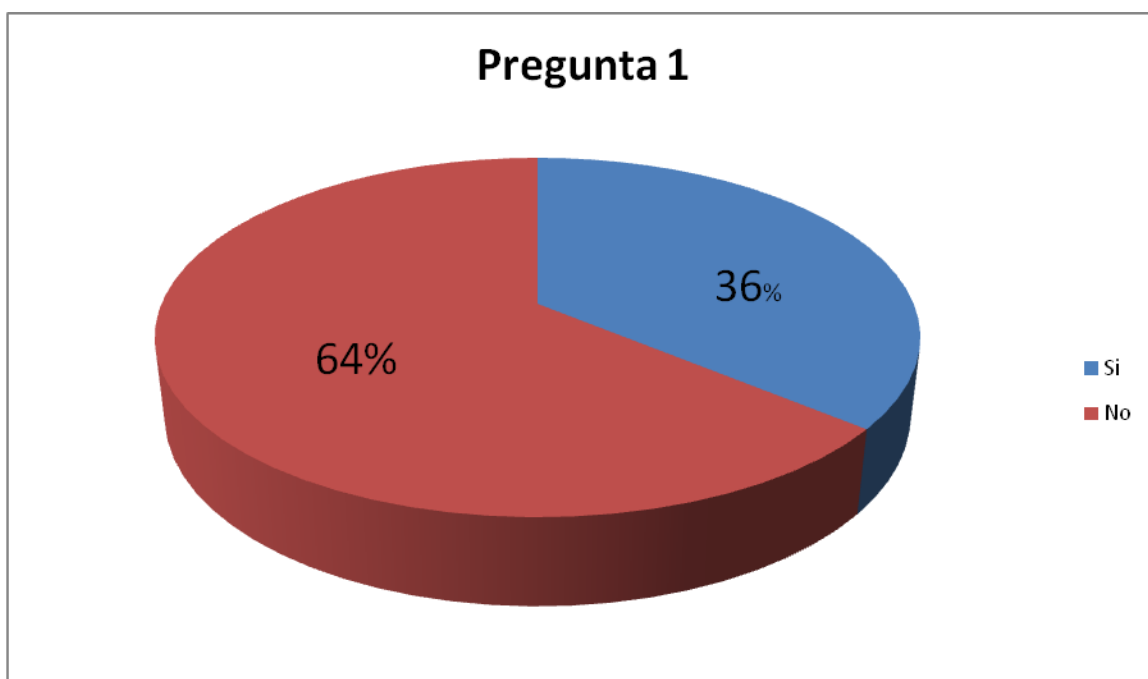
1.3.3. Cronograma del diagnostico

Actividades	Enero				Febrero			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Asistencia curso propedéutico	■	■						
Recepción de formulario para Carta de solicitud del EPS				■				
Entrega de Carta de solicitud de EPS							■	■
Autorización para realización de EPS			■					
Observación Realizada		■						
Realización del modelo de la encuesta				■				
Construcción del diagnóstico					■			
Entrega de informe final del diagnóstico							■	■

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

1.4.1 Graficas, cuadros e interpretación de resultados de encuestas

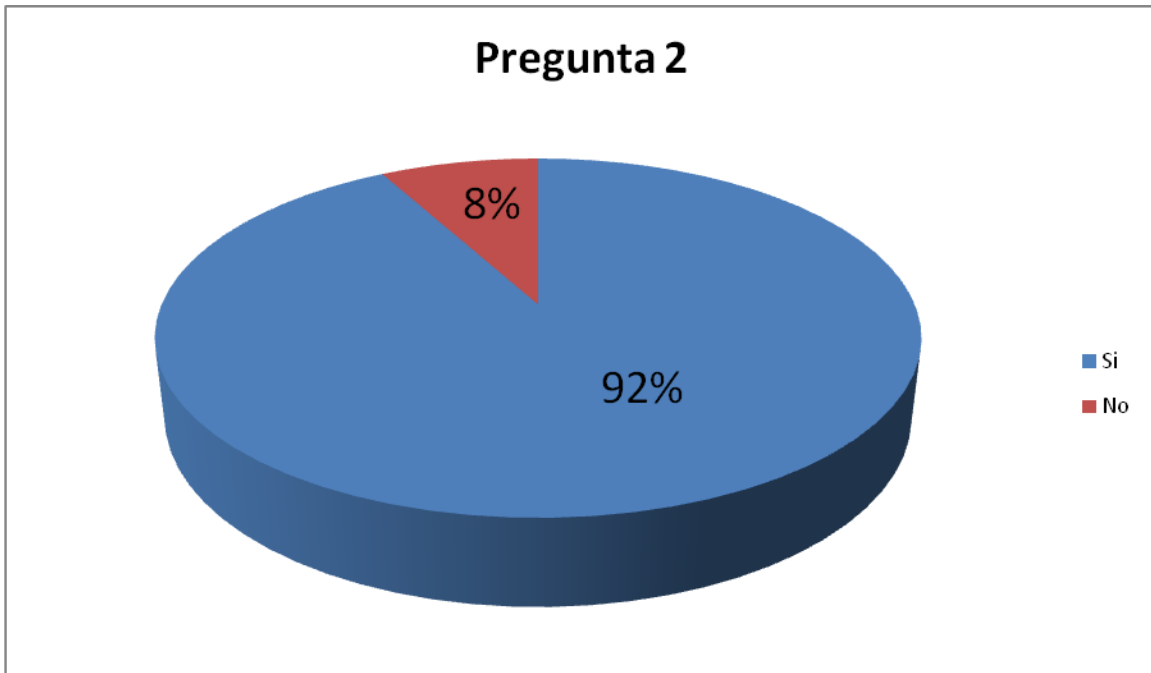
1. ¿Conoce el reglamento interno, los valores y principios de la empresa?



Fuente: Elaboración propia del Epesista, 2016

El factor predominante para que el porcentaje de resultado más alto fuera No, dependió de que la muestra encuestada tiene noción de los valores, reglamentos y principios; pero no los conoce por lo completo, este tema no tiene un apoyo de reforzamiento para el colaborador, ya que las normas se refrescan ocasionalmente, mientras que los valores y los principios ya no tienen promoción.

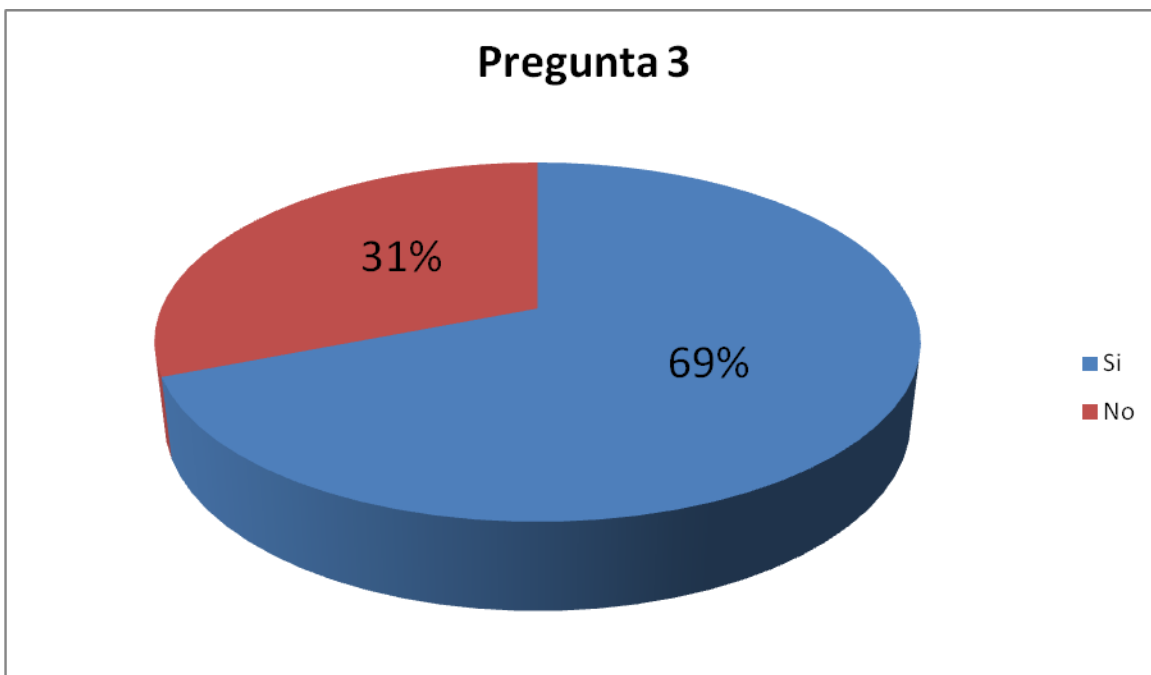
2. ¿Recibió capacitación al ingresar a la empresa?



Fuente: Elaboración propia del Epesista, 2016

La empresa vela por que sus colaboradores cuenten con la inducción adecuada al puesto que desempeñará, la capacitación inicial requiere de una inversión elevada en recursos, tiempo y dinero ; para el colaborador es de suma importancia para sentirse valorado y para tener seguridad al momento de desenvolverse en el área de trabajo.

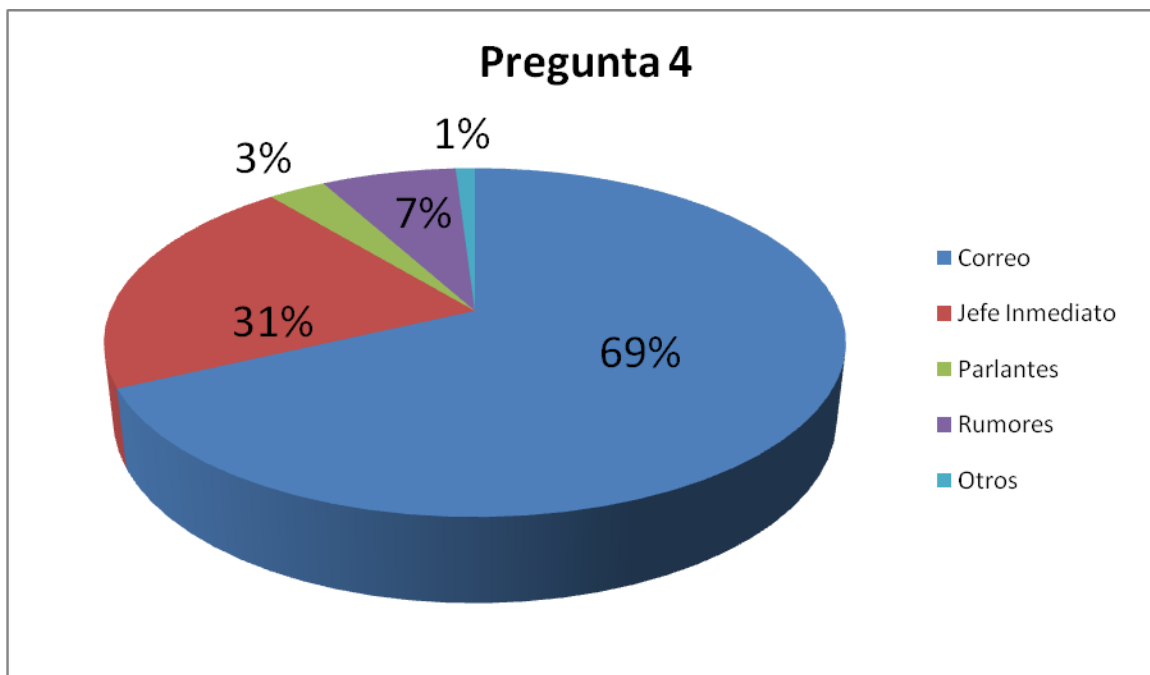
3. ¿Ha recibido nuevas capacitaciones?



Fuente: Elaboración propia del Epesista, 2016

En esta pregunta sobresale el hecho de que gran parte de la muestra indica que, en efecto, posterior a su capacitación inicial también recibieron inducciones que complementan y fortalecen su trabajo; pero también es importante resaltar que hay un alarmante 31% que indica que no ha vuelto a recibir las mismas, es importante darle el valor pertinente a la continua capacitación de los colaboradores en la organización.

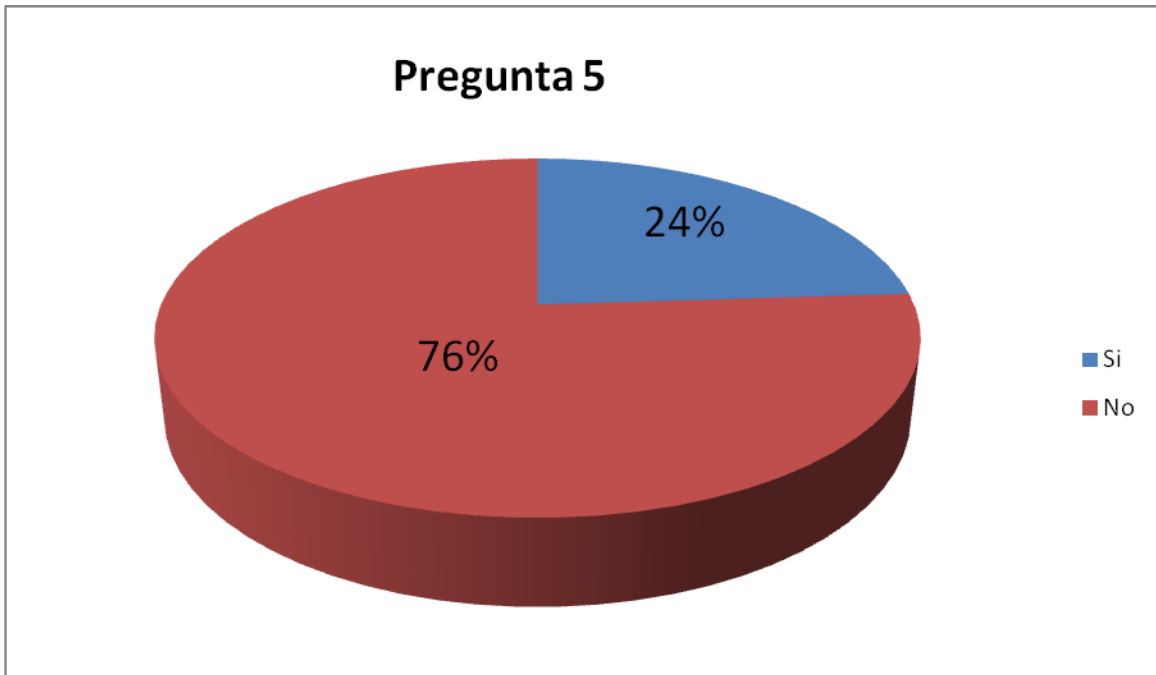
4. ¿Por qué medio se comunica la información de la empresa?



Fuente: Elaboración propia del Epesista, 2016

Se puede observar que existen varias vías de comunicación, unas más eficientes que otras, en el sentido de cumplir con su función, pero siempre quedan espacios vacíos como el hecho de que al predominar el "mailing", existe parte del personal que no tiene acceso al mismo, o que no el acceso no es inmediato y la información puede llegar tarde.

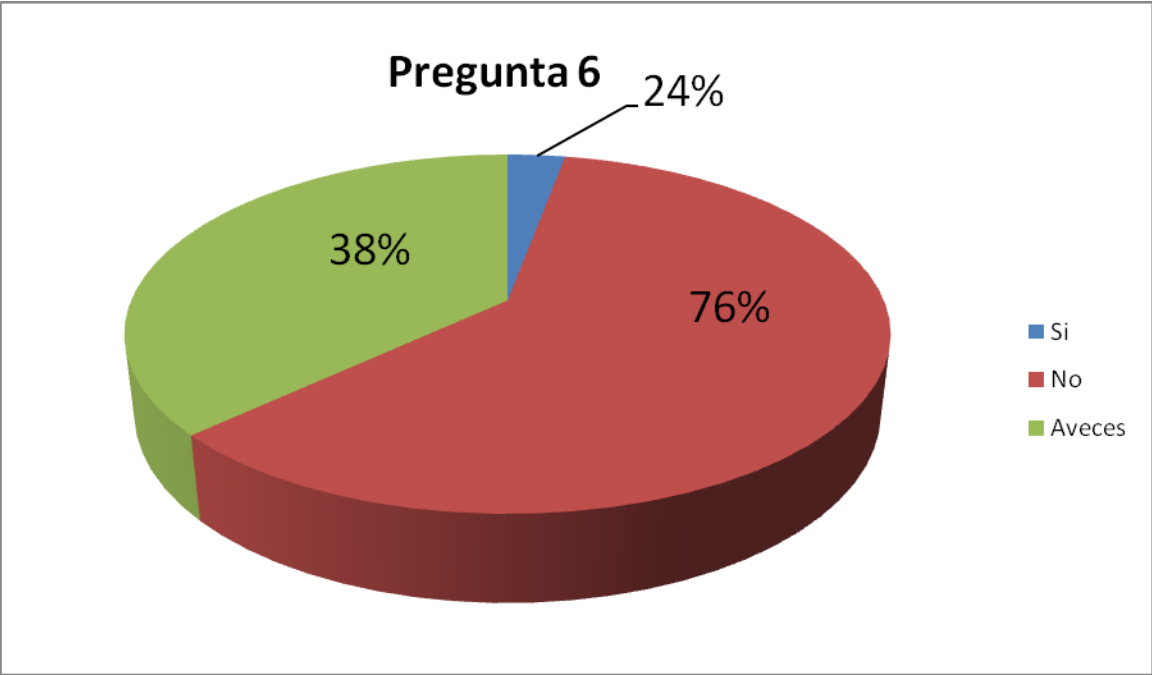
5. ¿Considera que existe buena comunicación de parte de la empresa con el personal?



Fuente: Elaboración propia del Epesista, 2016

Según la perspectiva de lo observado la encuesta respalda una pequeña deficiencia en la comunicación interna dentro de Nuestro Diario hacia los colaboradores, existen diversos factores que intervienen en el resultado, por mencionar algunos, la poca eficiencia de los canales existentes, creación de canales de retorno o de opinión para la organización por parte de los empleados, etc.

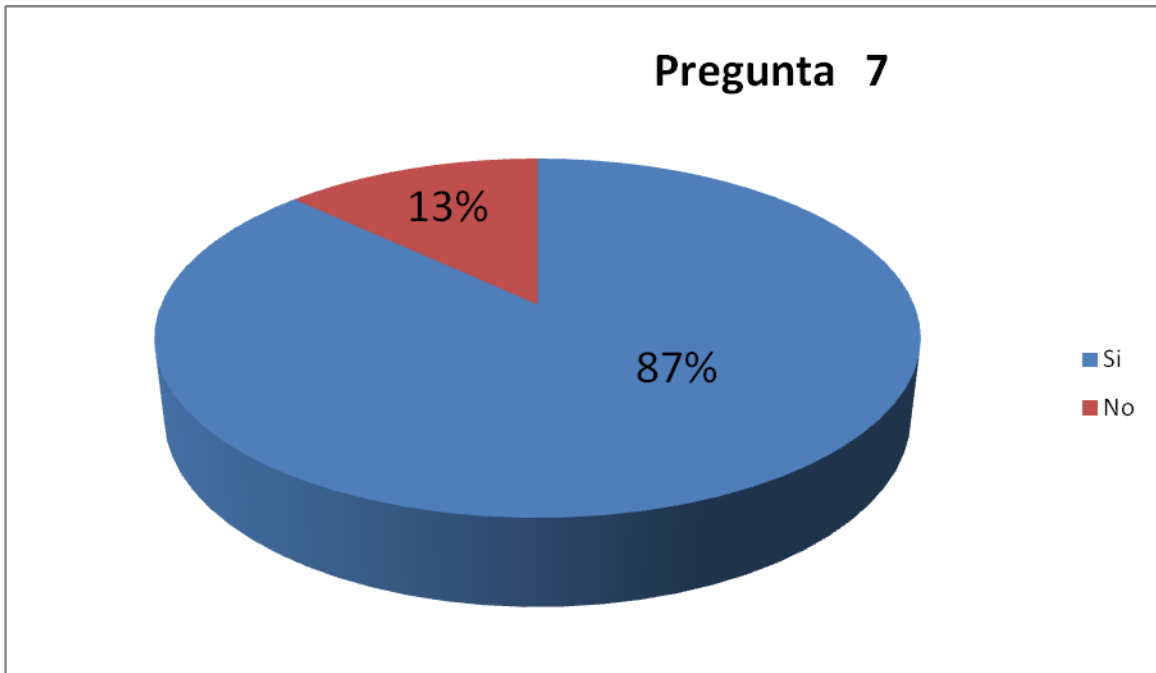
6. ¿Existe la posibilidad de expresar su punto de vista hacia la empresa en temas que influyan al personal?



Fuente: Elaboración propia del Epesista, 2016

Es importante que existan espacios de opinión abiertos hacia los colaboradores, en ocasiones hay aspectos que no se logran captar a simple vista, por lo que al crear estas oportunidades se logra obtener valiosa información para la empresa del sentir de sus empleados, además de que la importancia que se merece por hacerlo participar.

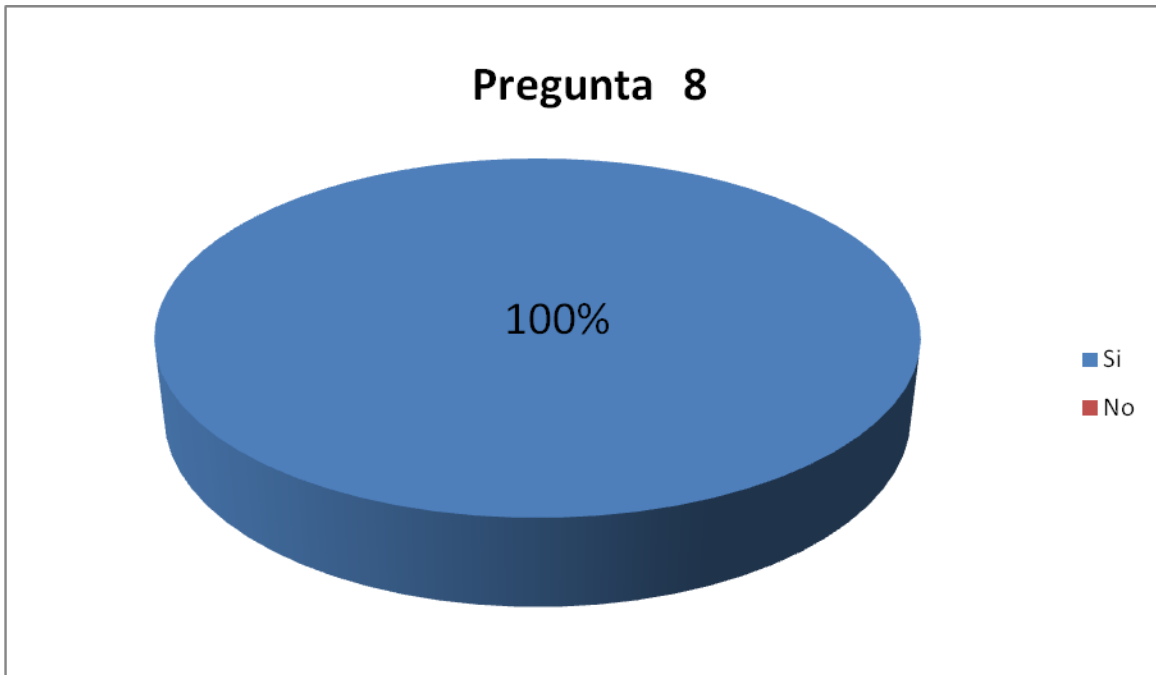
7. ¿Sabe que es la comunicación organizacional interna?



Fuente: Elaboración propia del Epesista, 2016

Se puede apreciar en la grafica que el colaborador es consciente del significado de la comunicación interna, por lo que es necesario que esta se desarrolle de forma correcta para todos los involucrados dentro de la organización; porque de la misma forma los empleados tienen la capacidad de tener un juicio muchas veces negativo si esta no existe, crea inconformidad y un mal clima organizacional.

8. ¿Cree que la comunicación es fundamental para el buen desarrollo de la empresa?



Fuente: Elaboración propia del Epesista, 2016

En definitiva los colaboradores están de acuerdo en que la comunicación es uno de los principales pilares para que el crecimiento de la empresa, el ser humano tiene la necesidad de expresar y comunicar sus ideas por naturaleza, esto no debe cambiar menos en el desempeño de actividades, que como grupo buscan un mismo fin y bien común.

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA

1.5.1. Fortalezas

- Existe buena armonía entre los colaboradores.
- El departamento de Recursos Humanos es el área encargada de desarrollar la comunicación interna.
- En la empresa se maneja una filosofía de puertas abiertas de parte de las jefaturas hacia los subalternos.

1.5.2. Oportunidades

- Implementar nuevos métodos de comunicación interna.
- Crear un departamento de comunicación interna.
- Desarrollar en el personal una cultura de comunicación organizacional interna.

1.5.3 Debilidades

- Los canales de comunicación interna no abarcan a todo el personal.
- Carencia de canales de retorno.
- Temor de expresión por parte del colaborador.

1.5.4. Amenazas

- Se puede crear desinformación en la organización.
- Proliferación de rumores.
- Falta de identificación y pertenecía del personal hacia la empresa.

Capítulo II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1. Antecedentes comunicacionales

En la actualidad el área de Recursos Humanos tiene entre atributos la emisión de la comunicación oficial interna dirigida hacia los colaboradores, la gerencia está a cargo del el Licenciado Erick Cabrera, apoyado por cinco colaboradores más que se desenvuelven en funciones específicas administrativas; para la comunicación organizacional interna no se cuentan con antecedentes de proyectos para mejoras en la comunicación organizacional interna; se cuenta con canales y materiales adecuados pero que necesitan ser promovidos y fortalecidos.

Todo comunicado o mensaje que deba ser enviado hacia el personal a través de los canales oficiales debe ser considerado y aprobado por el Licenciado Cabrera , no se maneja una frecuencia o calendarización establecida, la comunicación interna organizacional en Nuestro Diario surge más de la necesidad del momento para poder informar a los colaboradores.

2.2. Objetivos de Comunicación

2.2.1 Objetivo general

Mejorar la comunicación organizacional interna de Nuestro Diario emitida por Recursos Humanos a los empleados.

2.2.2 Objetivos específicos

- Proponer un nuevo canal de comunicación que fortalezca los existentes para promover la comunicación interna.
- Facilitar la comunicación organizacional interna para los colaboradores de Nuestro Diario.
- Fortalecer el clima laboral interno a través de la comunicación interna.

2.3. Público objetivo

El plan será dirigido al público interno, colaboradores que trabajen dentro de las instalaciones de Nuestro Diario, debido a que se persigue es fortalecer la comunicación organizacional interna.

2.4. Mensaje

“La comunicación hace valer tu opinión, creces tu, crece Nuestro Diario”

El mensaje trata de estimular en el colaborador de Nuestro Diario la comunicación interna, para que busque informarse a través de los canales establecidos por la empresa, de esta forma estar enterado de lo que sucede en la actualidad sobre temas de interés.

El eslogan está dividido en dos partes “La comunicación hace valer tu opinión” , tener una buena comunicación con la empresa crea en el colaborador un sentimiento de pertenencia y tiene la seguridad de que es tomado en cuenta, de aquí surge la segunda parte del eslogan “ creces tu, crece Nuestro Diario” , al existir un clima laboral agradable el empleado desarrollara sus actividades de forma optima, por lo que la producción será rentable para la empresa y por lo mismo todos los colaboradores serán beneficiados.

2.5. Estrategias

El diagnostico mostro que actualmente la comunicación emitida por el área de Recursos Humanos hacia los empleados presenta oportunidades de mejora, es necesario ampliar las vías de comunicación a través de nuevos canales, además de fortalecer los medios de comunicación vigentes, ya que se consideran apropiados pero no están siendo eficientes en sus funciones.

Como estrategia para mejorar la comunicación interna emitida por el área de Recursos Humanos hacia los colaboradores se pondrán en práctica acciones específicas que den soporte a los canales de comunicación internos vigentes en Nuestro, las acciones son:

Plan piloto para una plataforma virtual Intranet, que tendrá como funciones básicas compartir documentos, fotos, creación de usuarios para regular permisos y accesos, calendarios; la plataforma se implementara en una versión demo (prueba) que tendrá un determinado tiempo de vigencia para su uso y evaluación de funcionalidad.

Realizar una campaña de divulgación que promueva la utilización de la plataforma virtual; esta campaña será comunicada a través de los canales vigentes: correo electrónico y jefe inmediato, se creará un unifoliar que se distribuirá a las personas que participen en el plan piloto.

2.6. Acciones de Comunicación

Intranet

Objetivo:

Diseñar y desarrollar la propuesta de una plataforma de Intranet demo (modo de prueba), tendrá un periodo de prueba establecido de 60 días, se utilizara la versión gratis de “**Microsoft Share Point Service 2007**” de Microsoft, esta tendrá como objetivo apoyar y reforzar los canales de comunicación vigentes.

Es una herramienta de colaboración para compartir información, los trabajadores de Nuestro Diario podrán encontrar en la Intranet información relevante para la empresa y ellos mismos, como por ejemplo: reglamentos internos, manuales, notas informativas; además de la posibilidad de ser interactiva con el usuario en cargar videos, fotos, capacitaciones.

La gama de herramientas que tendrá esta herramienta permitirá la retroalimentación del colaborador cuando este lo necesite porque la información permanecerá con mayor vigencia, organización y accesibilidad, para tener un mejor control sobre los resultados del plan piloto la plataforma de Intranet se implementara como plan piloto el departamento de Ventas Directas.

Lugar:

Oficinas centrales Nuestro Diario, área física de Ventas Directas y Recursos Humanos.

Participantes:

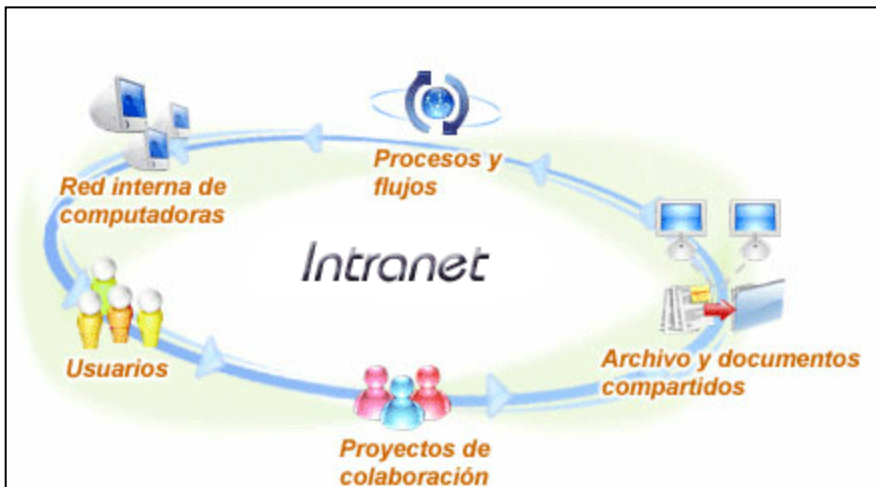
Participaran activamente todos los colaboradores de las áreas de Ventas Directas y Recursos Humanos.

Responsable:

El responsable del contenido que se publique en la plataforma virtual de la Intranet será el Gerente de, Licenciado Erick Cabrera, además el Epesista Cristian Gálvez tendrá como responsabilidad la administración técnica del “servidor virtual” que almacenará el contenido electrónico en plataforma (subir información, mantenimiento preventivo y correctivo).

Seguimiento:

La plataforma podrá ser monitoreada por los jefes encargados de las áreas de prueba ya que se les asignara un usuario de “colaborador” con el cual tendrán la capacidad de compartir la información pertinente al área a su cargo, de esta forma evaluara si existe o no retorno de la misma.



Fuente: http://3.bp.blogspot.com/xsMdLoABztI/UJQY185rf1I/AAAAAAAAAlo/sLjA_Lx-kN8/s1600/intranet2.gif

1.- Ejemplo de comunicado de importancia general que podrá ser colocado en la plataforma virtual

To help protect your security, the Follow Up flag text has been hidden. Follow up by jueves, 19 de mayo de 2016 16:00. [Click here to see hidden text.](#)

From: RECURSOS HUMANOS: DIARIOS MODERNOS, S.A. [recursoshumanos@nuestrodiario.com.gt] Sent: jueves 19/05/2016 16:00
 To: RECURSOS HUMANOS: DIARIOS MODERNOS, S.A.

Subject: Marca 911 en caso de emergencia (Brigada de primeros auxilios)

Message MEMORANDUM BRIGADA PRIMEROS AUXILIOS.jpg (350 KB)

En caso de emergencia marque

BRIGADA 911
 SERVICIO DE EMERGENCIAS

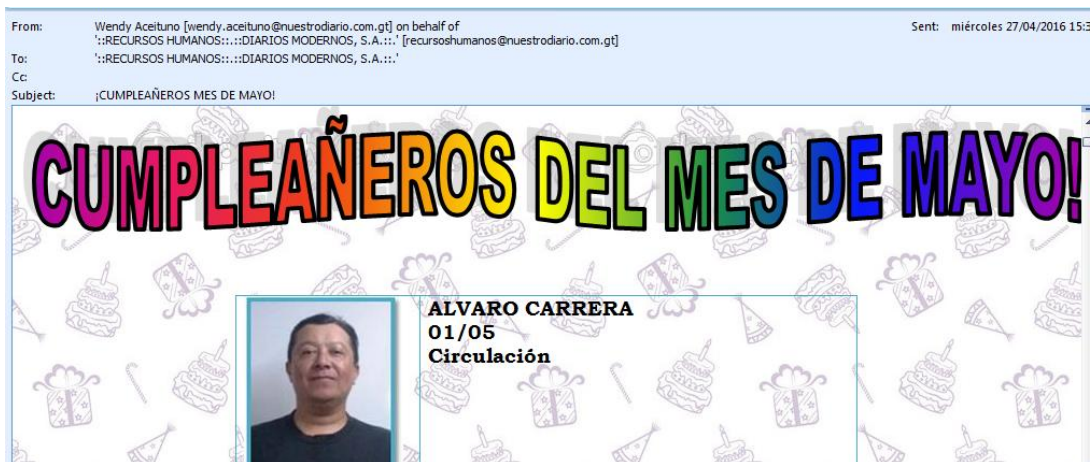
La Brigada de Seguridad y Emergencia está compuesta por personal de Nuestro Diario, debidamente preparado y capacitado para actuar y dar una solución a situaciones de emergencia dentro de las instalaciones de la empresa. Tiene como propósito...

Tipos de emergencias a cubrir

- Vómitos
- Cortaduras

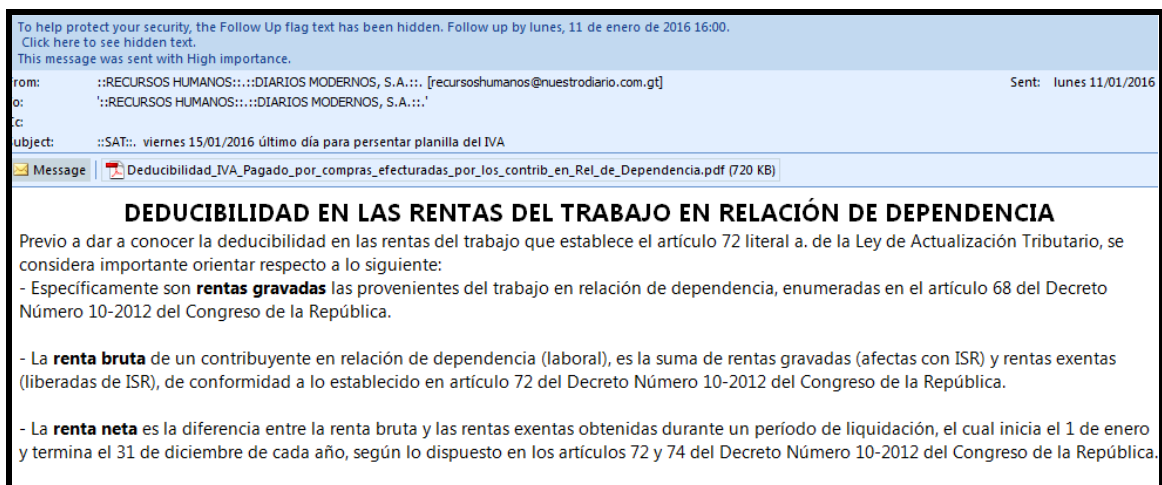
Fuente: Correo electrónico Recursos Humanos

2.- Ejemplo de notas informativas a los empleados



Fuente: Correo electrónico Recursos Humanos

3.- Ejemplo de normativas y manuales que formaran parte del contenido



Fuente: Correo electrónico Recursos Humanos

4.- Ejemplo boceto con fin ilustrativo de la estructura de la Intranet

Para entrar como usuario de la intranet:



Haga click aquí: ACCESOUSER

Correo electrónico: demo@foliogen.com

Clave: demo

Recuerde que por seguridad algunas opciones están desactivadas.

Ver panel de control administración:

Aviso personalizado al inicio panel

Boceto Envío de hoja informativa segmentado

The screenshot shows the 'Enviar Newsletter' interface. At the top, there is a navigation bar with the logo 'intranetprivada un producto Foligen' and a menu with items: 'Acceso', 'Gestión general', 'Páginas de contenido', 'Usuarios', 'Paquetes de archivos', 'Contenido intranet', and 'Superusuario'. The main content area is titled 'Enviar Newsletter' and includes a 'Volver a listado' button. Below this, there are sections for 'Destinatarios' (with dropdowns for 'Grupo de organizaciones' and 'Hoteles'), 'Sujeto del correo:' (with a text input field containing 'Pretemporada de verano. Revisión de seguridad en el trabajo.'), and 'Mensaje del correo:' (with a rich text editor containing the text 'Recordar enviar el informe de seguridad en el trabajo que emita la entidad para los trabajadores.'). At the bottom, there are 'Guardar' and 'Enviar' buttons.

Boceto Subida de ficheros

The screenshot shows the 'Paquetes de archivos' interface. The navigation bar is the same as in the previous screenshot. The main content area is titled 'Paquetes de archivos' and shows the current path: 'Carpeta actual: Sistema de ficheros » PromoFormas » Juan José Urbanez Robles'. A legend indicates 'Carpeta de sistema' (red folder icon) and 'Carpeta creada por Usted' (blue folder icon). On the left, a tree view shows the folder structure: 'Foligen', 'Guguel', 'Hoteles Ciencia', 'Mercabome', 'PromoFormas', and 'Juan José Urbanez Robles' (expanded to show 'NOMINAS'). On the right, there is a table of files with columns: 'Nombre', 'Ficheros', 'Tamaño', and 'Fecha de modificación'. The table contains one entry: 'Informe Anual' (1 file, 16KB, modified 02/05/2014 07:24). Above the table are buttons for 'Añadir carpeta', 'Añadir paquete de archivos', 'Mover', 'Renombrar', and 'Eliminar'.

Nombre	Ficheros	Tamaño	Fecha de modificación
Informe Anual	1	16KB	02/05/2014 07:24

Boceto Listado de usuarios

intranetprivada un producto Follogen

intranetprivada.com Inicio Desconectar

Acceso Gestión general Páginas de contenido Usuarios Paquetes de archivos Contenido intranet Superusuario

Listado de clientes

Página: 1

Email	Nombre	Organización	Grupo De Organizaciones	Op.
albesamo@hotelesciencia.com	Alberto Samolono	Hoteles Ciencia	Hoteles	
fernando@mercahomeweb.com	Fernando Gómez Carrera	Mercahome	Hipermercados	
john DOE@follogen.com	John Doe	Follogen	Internet e Informática	
jujourro@follogen.com	Juan José Urbanez Robles	PromoFormas	Construtoras	
pedrodegoogle@guguel.com	Pedro de Google	Guguel	Internet e Informática	

Añadir

Exportar direcciones

Ayuda

Boceto de accesos para usuarios

intranetprivada un producto Follogen

intranetprivada.com Inicio Desconectar

Acceso Gestión general Páginas de contenido Usuarios Paquetes de archivos Contenido intranet Superusuario

Listado de clientes

Página: 1

Email	Nombre	Organización	Grupo De Organizaciones	Op.
albesamo@hotelesciencia.com	Alberto Samolono	Hoteles Ciencia	Hoteles	
fernando@mercahomeweb.com	Fernando Gómez Carrera	Mercahome	Hipermercados	
john DOE@follogen.com	John Doe	Follogen	Internet e Informática	
jujourro@follogen.com	Juan José Urbanez Robles	PromoFormas	Construtoras	
pedrodegoogle@guguel.com	Pedro de Google	Guguel	Internet e Informática	

Añadir

Exportar direcciones

Ayuda

Fuente: <http://intranetprivada.com/demos-intranet-rivada.php#sthash.oBwtNFMv.dpuf>

Campaña de divulgación

Objetivo:

Diseñar y desarrollar una campaña de divulgación para promover la nueva plataforma virtual Intranet, la campaña será lanzada a través de los canales de comunicación oficiales (correo electrónico y jefe inmediato), el primero en ser lanzado será a través del correo electrónico, donde se transmitirá material digital que contenga el comunicado sobre una nueva forma de comunicación en la empresa.

Breve descripción sobre ¿Qué es una intranet?, ¿Qué funciones tiene?, además una lista de pasos para manejar la Intranet; como apoyo se realizará unifolios, volantes y afiches, todos se colocaran en lugares estratégicos donde sean llamativos y los colaboradores puedan apreciarlos.

Que tendrá por contenido:

Describir que es la Intranet

Describir que funciones tiene

Pasos básicos para utilizar la Intranet

Estos se distribuirán a los colaboradores de los departamentos donde se realizaran las pruebas en compañía del jefe inmediato del área.

Lugar:

Oficinas centrales Nuestro Diario, área física de Ventas Directas y Recursos Humanos.

Participantes:

Participaran los colaboradores de las áreas de Ventas Directas y Recursos Humanos, así como los jefes inmediatos de cada área.

Responsable:

El diseño y desarrollo de la campaña será responsabilidad del Epesista Cristian Gálvez apoyado en parte por el jefe inmediato del área de Ventas Directas donde se aplicara el plan piloto, así mismo tendrá a su cargo la distribución de los unifolios informativos también en colaboración del jefe inmediato; el contenido será aprobado por la Gerencia de Recursos Humanos previo a la distribución del material para que cuente con la información que sea necesaria por esa gerencia.

Seguimiento:

La campaña será monitoreada por el epesista con la ayuda de las capacitaciones para tener oportunidad de realizar ambas tareas en una misma actividad, el monitoreo también tendrá el apoyo del jefe inmediato para dar seguimiento respecto a dudas o comentarios que puedan surgir de los subalternos respecto a la campaña y la plataforma virtual Intranet.

Tenemos una nueva forma de Comunicarnos

• Informate • Conoce • Participa •

Nuestro Diario
Noticias como son

Intranet

Hoy en día, la comunicación interna es algo muy importante para todas las empresas, la intranet es una herramienta que puede ayudar en la comunicación.

¿Qué es Intranet?
Una intranet es una red de computadoras similar a internet, aunque para uso exclusivo de una determinada organización, es decir que solamente las PC de la empresa pueden acceder a ella.

¿Qué funciones tiene?
Permite la comunicación de un departamento con todos los empleados de la empresa, compartiendo información de interés común para los mismos, por ejemplo promociones internas, comunicados, reglamentos de la empresa, etc., la información siempre estará allí.

Pasos básicos para usar Intranet

1. Accede al link de ingreso
www.intranet.nd.com.gt

2. Coloca tu usuario y clave

3. Navega en las diferentes categorías de información de la Intranet

"LA COMUNICACIÓN HACE VALER TU OPINIÓN, CRECES TU, CRECE NUESTRO DIARIO"

Fuente: Propia, arte final de unifoliar informativo para la divulgación de la plataforma virtual Intranet.

CAPITULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. Proyecto desarrollado

3.1.1. Financiamiento

El financiamiento de este proyecto tuvo distintas fuentes de inversión para el aporte y desarrollo del mismo, los montos de mayor gasto se obtuvieron, gracias al patrocinio de profesionales en sus respectivas áreas, se tuvo una breve reunión con cada profesional para poder a dar conocer el proyecto, sus objetivos y sus beneficios, así como el porque de la necesidad de su colaboración en el mismo; de esta forma se logro la aceptación para que cada uno aportara sus conocimientos y se pudiera desarrollar la implementación con un valor adicional.

Se tuvo la colaboración de un ingeniero en sistemas que prestó sus servicios para la creación de la plataforma virtual, en su participación se estructuro de forma cuidadosa todas las necesidades que se debían cubrir para que la plataforma fuera funcional y eficiente en las tareas que ejecutaría; para la parte de diseño grafico se conto con la asesoría de una licenciada en diseño grafico para la diagramación de artes utilizados en la campaña de divulgación de la plataforma virtual; los costos menores fueron absorbidos por la institución y el epesista, se busco la reducción de gastos de inversión para la entidad utilizando recursos ya disponibles.

3.1.2. Presupuesto

Cantidad	Descripción	Precio unitario	Precio total	Financiamiento
1	Creación de Plataforma de Intranet Microsoft Share Point Service 2007	Q 7,500.00	Q 7,500.00	Patrocinio
1	Servicios asesoría de plataforma	Q 4,000.00	Q 4,000.00	Patrocinio
5	Paquete de papel fotográfico mate a una cara para unifoliar informativo	Q 17.50	Q 87.50	Epesista
1	Cartucho de tinta a colores para impresión de unifoliar	Q 25.00	Q 325.00	Nuestro Diario
1	Servicio de asesoría comunicacional	Q 5,500.00	Q 5,500.00	Epesista
1	Servicio de Diseño grafico para la creación de artes e imágenes	Q 2,000.00	Q 2,000.00	Patrocinio
Total			Q 19,412.00	

3.1.3. Beneficiarios

Los beneficiados con la ejecución del proyecto estratégico fueron en específico los colaboradores del Departamento de Ventas Directas de Nuestro Diario, y en lo general la empresa Nuestro Diario.

3.1.4. Recursos Humanos

Persona	Puesto	Actividad
Lic. Erick Cabrera	Gerencia de Recursos Humanos	Aprobación de elaboración de EPS dentro de las instalaciones de Nuestro Diario
Ing. William Mas	Gerente de Sistemas	Autorización de implementación de estrategias de EPS dentro de la red digital de Nuestro Diario
Lic. Raul Herrera	Jefe de Ventas Directas	Colaboración para el desarrollo de las estrategias y plan piloto dentro del Departamento de Ventas Directas
Ing. Marco Aldana	Jefe de desarrollo de sistemas	Colaboración para asesoría de desarrollo de Intranet en red Nuestro Diario
Ing. Jaime Perez	Jefe de soporte técnico	Colaboración para implementación y soporte técnico de la Intranet dentro de la Red de Nuestro Diario
Licda. Katerin Ramos	Diseñadora Grafica	Asesoría de diseño de material promocional de campaña de divulgación de la plataforma
Sr. Edgar Estrada	Director Suplemento Guatemala Productiva	Asesoría comunicacional
Ing. Víctor Jolón		Asesoría técnica para la creación y diseño de la plataforma Intranet

3.1.5. Área geográfica de acción

Las Estrategias del Plan de Comunicación fueron realizadas dentro de las instalaciones de Nuestro Diario, específicamente dentro del Departamento de Ventas Directas.

3.2. ESTRATEGIA Y ACCIONES DESARROLLADAS

Reforzamiento de los canales de comunicación interna existentes.

3.2.1. Objetivo comunicacional

El objetivo comunicacional de la estrategia fue desarrollar acciones para que la comunicación organizacional interna fuera eficiente mejorando los aspectos con debilidades, al reforzar los canales de comunicación internos se creó un clima organizacional sano, donde se minimizó la desinformación, de esta forma los colaboradores y la empresa pudieron trabajar en objetivos afines en donde ambas partes se beneficiaron.

3.2.2. Descripción

En la actualidad uno de los pilares principales para el buen funcionamiento de las empresas y su desarrollo es la comunicación interna, cuando falla la comunicación organizacional interna no existe buena comunicación entre los colaboradores, la relación jefe-sub alterno no es la correcta, los objetivos de la empresa no son transmitidos de la forma correcta

Es primordial que se le de la importancia del caso, actualmente Nuestro Diario mantiene dos canales importantes de comunicación interna (correo electrónico y los jefes inmediatos) sin embargo se realizó un diagnóstico dentro de la empresa y se detectó que tenían debilidades que necesitan ser fortalecidas.

3.2.3. Acciones desarrolladas

a. Intranet

Descripción

Se diseñó y desarrolló una plataforma virtual de Intranet demo (modo de prueba), se utilizó la versión gratis de “**Microsoft Share Point Service 2007**” de Microsoft, la principal función de esta fue apoyar y reforzar los canales de comunicación vigentes, con esta herramienta de colaboración se compartió información a los trabajadores, como por ejemplo: encontrar en la Intranet información relevante para la empresa y ellos mismos, manuales, notas informativas, calendarios, encuestas, tarifarios de productos.

La plataforma fue interactiva con el usuario ya que se podía cargar videos, fotos, capacitaciones y la realización de encuestas; con toda esta gama de posibilidades el colaborador se retroalimenta de del contenido que en su momento necesito, porque la información fija durante el tiempo de vigencia de la prueba de una forma organizada y accesible.

Para tener un mejor control sobre los resultados del plan piloto la plataforma de Intranet se implementara como forma de prueba en las áreas de Recursos Humanos y Ventas Directas

Lugar:

Oficinas centrales Nuestro Diario, área física de Ventas Directas

Fecha:

Del 2/5/2016 al 15/05/2016

Participantes:

Participaran activamente 20 colaboradores de las áreas de Ventas Directas.

b. Capacitación de plataforma

Descripción

Se realizaron 3 capacitaciones con objetivos diferentes pero cada una con una importancia relevante, la primera consistió en dar a conocer el plan piloto, sus objetivos y comentarios al Departamento de Ventas que fueron el grupo elegido para realizar la muestra, en la segunda capacitación se entrego los usuarios y contraseñas para la utilización de la plataforma, además de mostrar las funciones y opciones de trabajo de la Intranet, en la tercera presentación se converso sobre mejoras o requerimientos extras, comentarios y aportes sobre la Intranet.

El interés de estas presentaciones hacia los ejecutivos fue tener una retroalimentación sobre la aceptación de la nueva herramienta de trabajo.

Lugar:

Oficinas centrales Nuestro Diario, área de sala de reuniones de Ventas Directas

Fecha:

Del 2/5/2016 al 15/05/2016

Participantes:

Participaran activamente 20 colaboradores de las áreas de Ventas Directas.

c. Campaña de divulgación y promoción

Descripción

Con el objetivo de promover el uso y la valoración de la plataforma se realizo una campaña de divulgación para la plataforma Intranet, en la cual se utilizaron volantes informativos con contenido infografico donde se explico lo importante de la comunicación interna, se menciono la nueva plataforma y se ejemplifico la forma de uso en tres pasos sencillos; además se colocaron Postick de recordatorio en cada lugar del personal que participo, para tener presente la herramienta, por último se elaboraron afiches que se colocaron en lugares estratégicos de concurrencia en el Departamento de Ventas, como por ejemplo murales, área de copiado e impresión.

Lugar:

Oficinas centrales Nuestro Diario, área de sala de reuniones de Ventas Directas

Fecha:

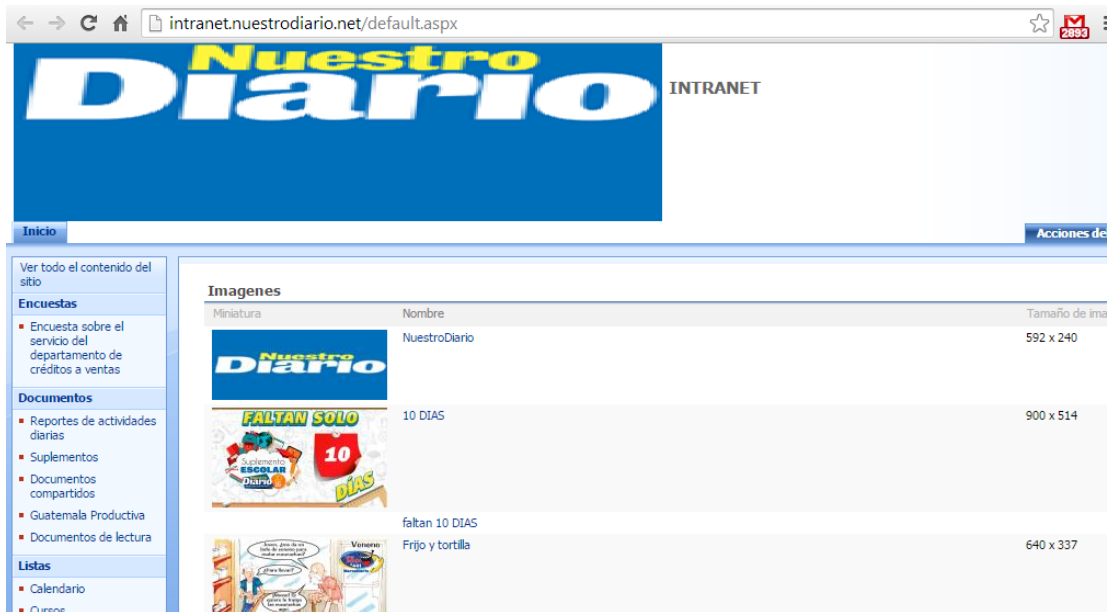
Del 2/5/2016 al 15/05/2016

Participantes:

Participaran activamente 20 colaboradores de las áreas de Ventas Directas.

3.2.4. Fotografías e imágenes

Plataforma Intranet



En esta imagen se puede apreciar la pantalla inicial donde se publicaron noticias y avisos importantes para los colaboradores

Fuente: Elaboración propia del Epesista



Esta pantalla muestra la sección de Cursos se colocaron hipervínculos donde el colaborador tenía la opción de ser auto didacta eligiendo libros y capacitaciones de su elección para su formación

Fuente: Elaboración propia del Epesista



Esta pantalla muestra la sección de reportearía, donde cada colaborador podía colocar la descripción de actividades diarias

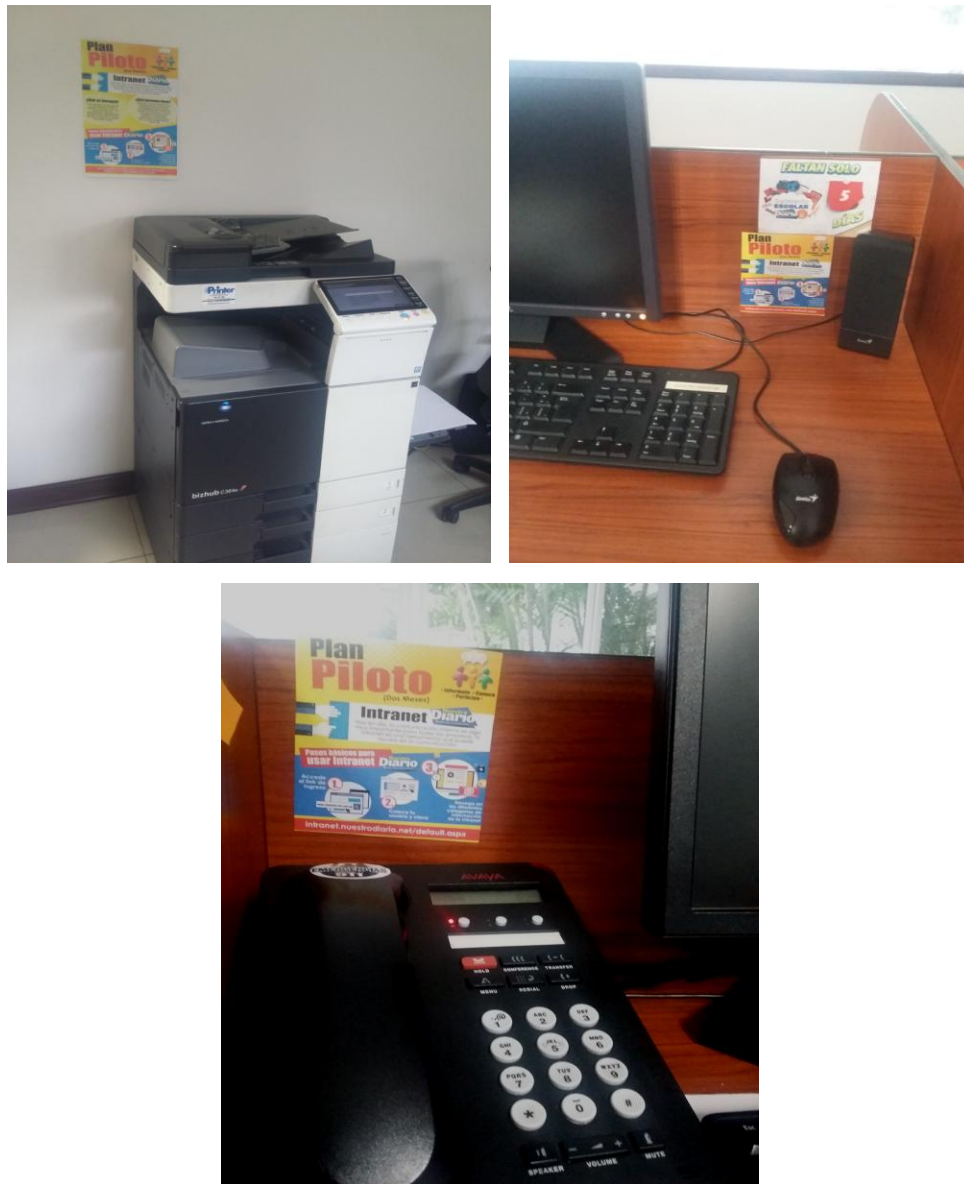
Fuente: Elaboración propia del Epesista



En la sección de calendarios el personal tenía la disponibilidad de programar y agendar actividades relacionado a sus labores, fechas de cierres de suplementos, turnos y reuniones importantes.

Fuente: Elaboración propia del Epesista

Campaña de divulgación



En las imágenes se aprecia la campaña de divulgación a través de afiches y volantes en los lugares de trabajo

Fuente: Elaboración propia del Epesista



En las imágenes se aprecia la campaña de divulgación a través de afiches y volantes en los lugares de trabajo

Fuente: Elaboración propia del Epesista

3.3. Cronograma

	Mayo					Junio					Julio			
Actividades	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4
Diseño y desarrollo de plataforma virtual	■	■	■											
Campaña de divulgación para los colaboradores de Nuestro Diario				■	■									
Elaboración de esquema de contenido digital, cargar información a la plataforma virtual.						■								
Presentación de plataforma virtual Intranet al Departamento de Ventas y capacitaciones de uso y refuerzo							■	■	■	■	■	■	■	

3.4. Control y Seguimiento

Estrategia	Indicadores Cuantitativos	Indicadores Cualitativos
<p>Reforzamiento de los canales de comunicación organizacional interna</p>	<p>De los 20 colaboradores de Nuestro Diario que pertenecen al Departamento de Ventas Directas, los 20 participaron y utilizaron activamente la plataforma Intranet, Siendo un 100% de del total de colaboradores que participaron en el plan piloto.</p>	<p>La Intranet se convirtió en una herramienta de trabajo.</p> <p>Lo mejor de la plataforma es que mi reporte de actividades lo hacía digital</p> <p>Tenía la facilidad de utilizar el calendario de actividades del Departamento</p> <p>En la Plataforma encontramos la documentación necesaria para realizar nuestro trabajo.</p>

Conclusiones

- Según lo presentado en este informe la comunicación organizacional interna es importante para los colaboradores de Nuestro Diario; los mismos hacen énfasis en la necesidad de fortalecer la comunicación interna que existe en la actualidad dentro de la empresa.
- Se elaboro la propuesta de una plataforma demo “Intranet” la cual puede ser tomada como base para la creación de una Intranet institucional que implemente en toda la organización.
- Se valido que la intranet por ser una herramienta tecnológica fortalece la comunicación interna dentro de la empresa, apoya y facilita las labores de los trabajadores.
- Ampliando los canales de comunicación los colaboradores encuentran mas posibilidades de poder hacer valer su opinión y expresar su sentir, mejorando el clima laboral.

Recomendaciones

- Se recomienda a la empresa dar una importancia alta a la comunicación organizacional, de esta forma se logrará mejorar el clima laboral, conocer a tiempo sus necesidades, detectar áreas de mejora de forma proactiva; tomando en cuenta las opiniones de cada colaborador que desee aportar para beneficio mutuo.
- Se recomienda a las autoridades de la empresa la creación de un departamento de comunicación interna que tenga a su cargo todo el desarrollo, seguimiento y evaluación de la misma; con esto se lograra tener un área que focalice todos sus esfuerzos en la mejora continua de la comunicación, entre sus funciones además estará el hacer mediciones del clima laboral para reforzar los puntos que presenten debilidades con esto conseguirá que sus colaboradores desarrollen un sentimiento de pertenecía y fidelidad hacia la empresa.
- Se recomienda tomar como base este informe para la propuesta de creación de una Intranet institucional que aporte a la comunicación organizacional interna, de esta forma se fortalecerán los principales canales de comunicación interna (correo electrónico y jefe inmediato), además se tecnificara la comunicación interna facilitando el acceso a la misma, se convertirá en una herramienta multimedia que motivara a los colaboradores a informarse.

Glosario

1. **Antecedentes:** Información sobre las circunstancias que preceden a algo .
2. **Asesoría:** Consejos, recomendaciones y sugerencias que da una persona dedicada a un ámbito de especialización.
3. **Autodidacta:** Es la persona que se instruye a si mismo por sus propios medios, sin necesidad de un maestro basándose en el conocimiento adquirido de forma empírica.
4. **Canal comunicativo:** Es el medio de transmisión por el que viajan las señales portadoras de información entre emisor y receptor.
5. **Comunicación:** Proceso por el cual uno o más participantes emiten o reciben información a través, para poder expresar sus ideas, sentimientos u opiniones.
6. **Comunicación Organizacional Interna:** Es la comunicación que se lleva a cabo dentro de una institución, emitida por la organización o entre los colaboradores.
7. **Cronograma:** Es una herramienta de organización cronológica que se debe utilizar en toda clase de proyectos, utiliza como base de planificación la calendarización.
8. **Cualitativo:** Está orientado a revelar cuáles son las características de alguna cosa. De este modo, lo cualitativo se centra en la calidad.
9. **Cuantitativo:** Método de investigación que se sustenta en datos de naturaleza numérica
10. **Descripción:** Explicar de forma detallada y ordenada, como son las personas, lugares o los objetos.

- 11.Diagnostico:** Es el proceso ordenado que se sigue para conocer algo.
- 12.Diagramación:** Es la distribución proporcional de los espacios de un texto.
- 13.Diario:** Periódico que se publica todos los días.
- 14.Divulgación:** Es la publicación o propagación de un conocimiento.
- 15.Eficiente:** Se entiende que la eficiencia se da cuando se utilizan menos recursos para lograr un mismo objetivo. O al contrario, cuando se logran más objetivos con los mismos o menos recursos.
- 16.Encuesta:** Técnica o método de recolección de información en donde procede se interroga de manera verbal o escrita a un grupo de personas con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación.
- 17.Estrategia:** Es el conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado fin
- 18.Grupo objetivo:** Segmentación o delimitación de un grupo personas que cumplen con características previamente determinadas a las que se le quiere transmitir un mensaje o hacer llegar cierta información.
- 19.Institución:** Organismo público o privado que ha sido fundado para desempeñar una determinada actividad.
- 20.Intranet:** Es una red informática de las empresas utilizada para compartir datos de interés común para la organización.
- 21.Metodología:** Conjunto de pasos debidamente organizados que se siguen para realizar un proceso o investigación científica.
- 22.Organigrama:** Es el esquema de la organización de una empresa, generalmente se representa de forma grafica y en orden jerárquico.

- 23.Organización:** Son estructuras administrativas creadas para lograr metas u objetivos por medio de los organismos humanos o de la gestión de talento humano y de otro tipo.
- 24.Plan Piloto:** Es la puesta en marcha de un experimento tendiente a considerar la posibilidades de un determinado desarrollo posterior.
- 25.Planificación:** Son los esfuerzos que se realizan a fin de cumplir objetivos.
- 26.Propedéutico:** Es la enseñanza preparativa para el estudio de una disciplina.
- 27.Recolección:** En la investigación se aplica a la cosecha o recolectar datos necesarios para determinado tema.
- 28.Reglamento:** En el campo laboral los reglamentos son las normas que rigen el comportamiento dentro de las instalaciones de la empresa.
- 29.Subalterno:** En el campo laboral, es toda persona que trabajo bajo las directrices de otra persona con cargo superior jerárquicamente.
- 30.Virtual:** Es definido por oposición a lo real o a lo relativo a la realidad.

Bibliografía

- Buisán Carmen y Marín Maria de los Ángeles, 2001, Como realizar un diagnostico pedagógico, Alfa y Omega, México, 13.
- Fernández Ballesteros Rocío, 1992, Introducción a la evaluación psicológica, vol. I. Madrid: Pirámide, España, 135.
- Van-der Hofstadt Roman Carlos J., 2005, El libro de las habilidades de comunicación, Ediciones Diaz y Santos, S.A, España, XV prologo
- Andrade Horacio, 2005, Comunicación organizacional interna. Proceso, disciplina y técnica, Cristina Seco, España, 17.
- Campbell Lopez Marleen, 2004, Nuestro Diario (experiencia laboral), Universidad Rafael Landivar, Guatemala.
- Garcia Jimenez Jesus, 1998, La Comunicación Interna, Ediciones Díaz de Santos, S.A, España.
- Alvarez Timoteo Jesus, 2013, Manejo de la Comunicación Organizacional, Ediciones Jesús de Santos, S.A.

E-grafías

- King Karla, Comunicación organizacional: tipos, flujos, barreras y auditoría, 2012 <http://www.gestiopolis.com/comunicacion-organizacional-tipos-flujos-barreras-y-auditoria>, 10/12/2016
- IRG International Research, Grupos de discusión, 2014, <http://www.irginternationalresearch.com/web/grupos-de-discusion/>, 7/4/2016
- Anónimo, Buzón de sugerencias, <http://fiscaliasantiago.gov.do/buzon-de-sugerencias/>, 7/4/2016
- Luz Yamile Garrido Bello, Funciones del departamento de Recursos Humanos, 2013, <https://www.eoi.es/blogs/scm/2013/03/18/funciones-del-departamento-de-recursos-humanos/>, 31/3/2016

Anexos



La siguiente encuesta es parte de un Ejercicio Practico Supervisado (EPS), con la finalidad de realizar un estudio de diagnostico de comunicación interna de la empresa Nuestro Diario, los datos que usted proporcione serán confidenciales y no se utilizaran para evaluación personal.

Sexo: Masculino Femenino

Edad:

1. ¿Conoce el reglamento interno, los valores y principio de la empresa?

Si No

2. ¿Recibió capacitación al ingresar a la empresa?

Si No

3. ¿Ha recibido nuevas capacitaciones?

Si No

4. ¿Por qué medio se comunica la información de la empresa?

Correo Jefe inmediato Parlantes RumoreS Otros

Si es otro indique cual: _____

5. ¿Considera que existe buena comunicación de parte de la empresa hacia el personal?

Si No

6. ¿Existe la posibilidad de expresar su punto de vista hacia la empresa en temas que influyan al personal?

Si No A veces

7. ¿Sabe que es la comunicación organizacional interna?

Si No

8. ¿Cree que la comunicación es fundamental para el buen desarrollo de la empresa?

Si No



Universidad de San Carlos de Guatemala
 Escuela de Ciencias de la Comunicación
 Ejercicio Profesional Supervisado
 de Licenciatura 2016



Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Cristian Rafael Gálvez Menchu
No. De Carné: 2005 17218
Jefe o Encargado (a): Señor Edgar Estrada Director de Suplemento Guatemala Productiva
Institución o Empresa: Diarios Modernos S.A (Nuestro Diario)
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: 2 / Al: 6	Mayo	5	5	5	5	5		25
2	Del: 9 / Al: 14	Mayo	5	5	5	5	5	3	28
3	Del: 16 / Al: 20	Mayo	5	5	5	5	5		25
4	Del: 23 / Al: 27	Mayo	5	5	5	5	5		25
5	Del: 30 / Al: 31	Mayo	5	5					10
6	Del: 1 / Al: 3	Junio			5	5	5		15
7	Del: 6 / Al: 10	Junio	5	5	5	5	5		25
8	Del: 13 / Al: 17	Junio	5	5	5	5	5		25
9	Del: 20 / Al: 24	Junio	5	5	5	5	5		25
10	Del: 27 / Al: 30	Junio	6	6	6	6	6		30
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									233

(f) 
 Edgar Estrada-Director G.P.

(f) 
 Lic. Fernando Flores – Supervisor EPSLATURA



Diarios Modernos, S.A.



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado
de Licenciatura 2016



Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Cristian Rafael Gálvez Menchu
No. De Carné: 2005 17218
Jefe o Encargado (a): Señor Edgar Estrada Director de Suplemento Guatemala Productiva
Institución o Empresa: Diarios Modernos S.A (Nuestro Diario)
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: 1 / Al: 2	Julio					6	3	9
2	Del: 4 / Al: 8	Julio	6	6	6	6	6		30
3	Del: 11 / Al: 15	Julio	6	6	6	6	6		30
4	Del: / Al:								
5	Del: / Al:								
6	Del: / Al:								
7	Del: / Al:								
8	Del: / Al:								
9	Del: / Al:								
10	Del: / Al:								
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									69

(f) 
Firma y Sello jefe (a) o Encargado

(f) 
Lic. Fernando Flores – Supervisor EPSL



Diarios Modernos, S.A.