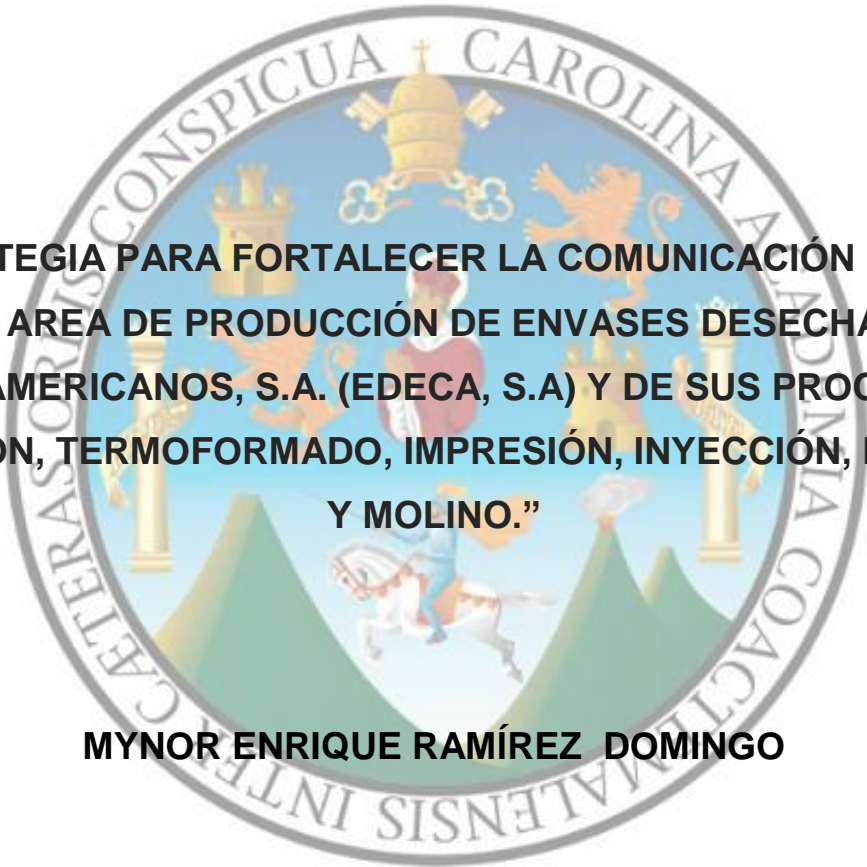


UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

The seal of the University of San Carlos of Guatemala is a circular emblem. It features a central figure of a man on a white horse, holding a book. Above him is a golden crown with a cross on top. The background is blue with a landscape of green mountains and a white path. The seal is surrounded by a grey border with Latin text: "UNIVERSITAS CAROLINA A. S. C. G." at the top and "CETTERA S. O. R. I. S. C. O. N. S. P. I. C. U. A. C. A. R. O. L. I. N. A. A. L. M. A. G. N. A. C. O. A. C. T. I. M. A. L. E. N. S. I. S. I. N. T. E. R. P. R. E. T. A. T. I. O. N. E. M. S. E. Q. U. I. T. U. R." at the bottom.

**“ESTRATEGIA PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA
EN EL AREA DE PRODUCCIÓN DE ENVASES DESECHABLES
CENTROAMERICANOS, S.A. (EDECA, S.A) Y DE SUS PROCESOS DE
EXTRUSIÓN, TERMOFORMADO, IMPRESIÓN, INYECCIÓN, EMPAQUE
Y MOLINO.”**

MYNOR ENRIQUE RAMÍREZ DOMINGO

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



“Estrategia Para Fortalecer la Comunicación Interna en el Área de Producción de Envases Desechables Centroamericanos, S.A. (Edeca, S.A.), y de sus Procesos de Extrusión, Termoformado, Impresión, Inyección, Empaque y Molino”.

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

MYNOR ENRIQUE RAMÍREZ DOMINGO

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 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



ENVASES DESECHABLES CENTROAMERICANOS, S.A.

14 CALLE FINAL, ZONA 2 INTERIOR EL ZAPOTE, 01002 GUATEMALA, C.A.
PBX: (502) 2245-3737 FAX: (502) 2245-3700
www.edecasa.com info@edecasa.com

Guatemala, 11 de Agosto de 2016.

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 (**MYNOR ENRIQUE RAMÍREZ DOMINGO**) con número de carné: (**9114136**) 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 (**AREA DE PRODUCCION DE ENVASES DESCHABLES CENTROAMERICANOS, S.A.**), cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **06 de Junio** al **13 de Agosto** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto: "**Mejorar la Comunicación Interna en el Area de Producción de Envases Desechables Centroamericanos, S.A. (Edeca, S.A.)**" entregando el material comunicacional respectivo, debidamente recibido por (**Envases Desechables Centroamericanos, S.A. (Edeca, S.A.)**).

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,


Guillermo Rivas Gómez

Jefe de Producción

Expediente de Cierre



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

Guatemala 3 de Noviembre de 2016

Estudiante

Mynor Enrique Ramírez Domingo

Carné: 9114136

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 "Estrategia para fortalecer la Comunicación Interna en el área de Producción de envases desechables Centroamericanos, S.A. (EDECA, S.A), y de sus procesos de extrusión, termoformado, Impresión, Inyección, Empaque y Molino." 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 el gran amor que tiene hacia mi persona, y por concederme la fuerza necesaria para continuar.

A mi Madre:

Por su amor incondicional y porque siempre están a mi lado.

A mi Padre: (Q.E.P.D.)

Por ser base de la motivación en el logro obtenido.

A mi Esposa e Hijos:

Porque son la fuerza que me inspira.

A mis Hermanos

Por su apoyo y porque sé que siempre están allí.

A mi familia en General

Porque de una u otra forma contribuyen al logro obtenido.

A mi Alma Mater

Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC), por concederme la oportunidad de formarme como un profesional de bien para mi país.

Y Como una Dedicatoria Especial.

En apoyo a todas las personas que padecen de esa terrible enfermedad como lo es el Cáncer, a quienes exhorto a continuar esa lucha, y como sobreviviente se que Dios nos da la fortaleza necesaria para seguir adelante.

AGRADECIMIENTOS

A Dios:

Por permitirme culminar una etapa más en mi vida y ser la fortaleza a pesar de las adversidades.

A Envases Desechables Centroamericanos, S.A. (EDECA, S.A.)

Por la oportunidad de aplicar mis conocimientos adquiridos.

A mis Amigos y Compañeros

Porque también forman parte de mi familia y en especial a Pedro Castro e Israel Boteo por su ayuda incondicional.

A La Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC)

Gracias por la formación obtenida dentro de sus aulas, la llevare en mi alma por el resto de mis días, a mis profesores y en especial al Coordinador de EPS de Licenciatura Lic. Luis Pedroza Gaytán y Supervisores Licda. Sandra Hernández y Lic. Fernando Flores.

INDICE

RESUMEN.....	I
INTRODUCCIÓN.....	II
JUSTIFICACIÓN	IV

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL	1
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO.....	1
1.1.1. Objetivo General.....	1
1.1.2. Objetivos Específicos	1
1.2. LA INSTITUCIÓN (Envases Desechables Centroamericanos, S.A.).....	2
1.2.1. Ubicación Geográfica	2
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas	2
1.2.3. Antecedentes o Historia.....	2
1.2.4. Departamentos o Dependencias	3
1.2.5. Misión	3
1.2.6. Visión.....	4
1.2.7. Objetivos Institucionales	4
1.2.8. Público Objetivo.....	4
1.2.9. Organigrama.....	5
1.3. METODOLOGÍA.....	5
1.3.1. Descripción del Método.....	5
1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección.....	6
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico	8

1.4. RECOPIACION DE DATOS	8
1.4.1. Ficha de las entrevistas	8
1.4.2. Resultado de las entrevistas	21
1.4.3. Resumen de las Encuestas	23
1.4.4. Gráficas e interpretaciones del resultado de las encuestas..	26
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA	36
1.5.1. Fortalezas	37
1.5.2. Oportunidades	37
1.5.3. Debilidades	38
1.5.4. Amenazas.....	38

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN	39
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES	39
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	41
2.2.1. Objetivo General	41
2.2.2. Objetivos Específicos.....	41
2.3. PÚBLICO OBJETIVO	42
2.4. MENSAJE.....	43
2.5. ESTRATEGIAS.....	43
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN.....	44

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN	53
3.1. PROYECTO DESARROLLADO	53
3.1.1. Financiamiento.....	53
3.1.2. Presupuesto.....	54
3.1.3. Beneficiarios	55
3.1.4. Recursos humanos	55
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción	55
3.2. ESTRATEGIA Y ACCIONES DESARROLLADAS.....	56
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	76
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO (EVALUACIÓN)	77
CONCLUSIONES.....	84
RECOMENDACIONES	85
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	86
BIBLIOGRAFÍA.....	92
EGRAFÍA.....	93
ANEXOS.....	94
Modelo de la Encuesta	94
Modelo de la Entrevista	95
Ficha de Registro de Horas de Práctica Profesional Supervisada	96

RESUMEN

Nombre de la Institución:

Envases Desechables Centroamericanos, S.A. (Edeca, S.A.),

Nombre del Proyecto:

“Estrategia Para Fortalecer la Comunicación Interna en el Área de Producción de Envases Desechables Centroamericanos, S.A. (Edeca, S.A.), y de sus Procesos de Extrusión, Termoformado, Impresión, Inyección, Empaque y Molino”.

Objetivos del Proyecto:

General:

Mejorar la Comunicación Interna en el Área de Producción de Envases Desechables Centroamericanos, S.A. y de sus procesos de Extrusión, Termo formado, Impresión, Inyección, Empaque y Molino.

Específicos:

-Sistematizar la comunicación en el área de producción de manera que permita solucionar los problemas comunicacionales en las líneas de producción.

-Mejorar los canales de comunicación existentes en el área de producción de Edeca, S.A.

-Hacer que la comunicación juegue un papel preponderante en el área de producción de Edeca, S.A.

-Comunicar de forma efectiva todos los resultados obtenidos durante el proceso de producción en las distintas Áreas de la Planta de Producción.

Sinopsis del Proyecto:

Se logro determinar la debilidad que existe en Edeca, S.A., sobre un buen sistema de comunicación Interna, misma que facilite la relación laboral en todos los procesos de producción. El personal en la mayoría de los casos siente confusión por la forma en que se genera la unidad de mando. Existe demasiada interferencia en las distintas jefaturas de la planta de producción. Mucha de la información que se genera no llega a las líneas operativas.

De esta forma el análisis concluyente a partir de las encuestas y de las entrevistas arroja la necesidad de plantear un plan de comunicación con estrategias y acciones de comunicación encaminadas a resolver la problemática comunicacional en la cual se ve inmersa la empresa.

Si bien cierto el proceso de comunicación recién comienza, en el cual ya se observan algunos resultados positivos en tan corto tiempo considérese este el inicio de todo programa que a corto o mediano plazo pretende resolver la problemática comunicacional detectada al inicio del proyecto.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación enfocado al fortalecimiento de la comunicación interna en el área de producción de Envases Desechables Centroamericanos, S.A. (Edeca, S.A.), y de sus procesos de extrusión, termoformado, impresión, inyección, empaque y molino”, en donde el proceso de comunicación no es uno de los principales fuentes de acompañamiento en el desarrollo diario de las actividades dentro del proceso fabricación de la empresa en mención.

Dada la naturaleza misma del tipo de empresa y rubro al que se dedica; La transformación de materias primas tales como Poliestireno y Polipropileno, en productos plásticos desechables para él para el consumo de la Industria Agrícola y Alimenticia. En donde el personal que labora dentro de las instalaciones oscila en un nivel académico educativo que no mas allá del tercer grado básico en promedio. Y con una edad comprendida entre los 28 a los 30 años en ambos sexos y con un mínimo de laborar para la empresa de 5.5 años.

La investigación de este problema de comunicación se fundamenta en el hecho de que hoy en día, las empresas entienden la importancia de la Comunicación dentro de sus Departamentos, razón por la cual se tiene la oportunidad de de mejorar el sistema de comunicación interna de Envases Desechables Centroamericanos, S.A., misma que dentro de sus objetivos principales consiste en mejorar a todo nivel las relaciones de comunicación en todos sus procesos.

Es esta una oportunidad de desarrollo mutuo tanto para la puesta en marcha de los conocimientos del comunicador como una herramienta que afine las líneas de producción de la empresa, encaminadas a mejorar las relaciones de producción entre las líneas de mando y líneas de operación, y que permita a su vez se generar un buen ambiente laboral con una interrelación de todos sus colaboradores.

JUSTIFICACIÓN

Envases Desechables Centroamericanos, Sociedad Anónima (EDECA, S. A.), empresa dedicada a la producción de Productos Plásticos Desechables, siente la necesidad de continuar ese empuje que como empresa posee, no sin antes mencionar que la comunicación juega un papel preponderante en todos los órdenes tanto sociales como empresariales.

Es importante tratar de resolver toda la problemática que a nivel de comunicación existe dentro de sus procesos y no digamos en todos los departamentos que la componen, pero en este caso sólo nos delimitamos a La Planta de Producción y sus Procesos de Producción: Termoformado, Extrusión, Inyección, Impresión Empaque y Molino.

El presente trabajo está enfocado a identificar y tratar resolver los problemas de comunicación que actualmente afectan la Planta de Producción y de sus diversos Procesos de Producción.

La comunicación organizacional es esencial y vendrá definitivamente a mejorar todo tipo de desempeño, optimización de los recursos, una mejora sustancial de todas las funciones y o actividades de cada uno de los colaboradores y de cada uno de sus procesos. Así mismo se verá canalizado el máximo esfuerzo con el cual se pretende elevar los ritmos de la producción y hacer del proceso productivo de Edeca, S.A., una herramienta con la cual la empresa compite con estándares de calidad, altos ritmos de producción y una sincronía total de sus principales colaboradores de la mano de un buen sistema de comunicación.

CAPITULO I

1. DIAGNOSTICO COMUNICACIONAL

“Diagnóstico de Comunicación Interna en el Área de Producción de Envases Desechables Centroamericanos, S.A. (Edeca, S.A.), y de sus Procesos de Extrusión, Termo formado, Impresión, Inyección, Empaque y Molino”.

1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNOSTICO

1.1.1. Objetivo General

- Realizar un diagnóstico de comunicación Interna que permita conocer el estado actual de la comunicación en el área de producción de Edeca, S.A.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Identificar los canales de comunicación existentes en el área de producción.
- Describir la forma de comunicación en el área de producción.
- Determinar si la comunicación juega un papel importante en el área de producción de Edeca,S.A. y de sus procesos.

1.2. ENVASES DECECHABLES CENTROAMERICANOS, S.A. (EDECA, S.A.)

1.2.1. Ubicación Geográfica

Edeca. S.A. se encuentra ubicada en 14 Calle Final, Interior Finca El Zapote, Zona 2, de la Ciudad de Guatemala.

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

Actualmente Edeca, S.A. es una Empresa que, gracias a su empuje en la industria, ha crecido internamente, sin ningún tipo de alianza con otra empresa. Su crecimiento la ha llevado a poder mantenerse de forma solvente en el ámbito económico. Las únicas alianzas con las que actualmente cuenta son con sus representantes de ventas en distintos países centroamericanos, y con distribuidores a nivel nacional.

1.2.3. Antecedentes Históricos.

EDECA, S. A. (Envases Desechables Centroamericanos, Sociedad Anónima), es una compañía 100% guatemalteca. Con experiencia desde 1,992. Ubicada en 14 Calle Final, Interior Finca El Zapote, Zona 2 de la Ciudad de Guatemala, atendiendo el mercado centroamericano. Ha fabricado con gran éxito vasos, platos, bandejas desechables y otros envases para el consumo de la Industria Agrícola y Alimenticia. Atendiendo prestigiosas cadenas de restaurantes, supermercados y los más grandes distribuidores de productos lácteos, verduras y bebidas

Empresa responsable y cuidadosa con el medio ambiente ya que trabaja con polietileno virgen de alto impacto, polietileno cristal ambos 100% reciclables y polipropileno. Ofrece una gran variedad de colores aprobados por el FDA grado alimenticio, lo que ha creado la diferencia en la calidad del producto, y ha sido rápidamente percibido por el consumidor.

Cuenta con la mejor maquinaria y la más alta tecnología para ofrecer la mejor impresión del envase. Con tecnología de punta y estrategias de mercadeo y ventas. Cada día el posicionamiento de marca a nivel nacional ha sido más notorio.

Actualmente cuenta con representante de ventas en países como en El Salvador, Honduras, Nicaragua, y Costa Rica México y distribuidores en la región, con lo cual pretende cubrir el territorio y colocarse como el productor líder en esta categoría.

1.2.4. Departamento de Producción

Edeca, S.A. es una empresa organizada por departamentos. Cuenta con un departamento de Gerencia General, dirigido por el propietario de la empresa, un departamento de Ventas, que es representado por su Gerente de Ventas, Departamento de Administración y Finanzas que lo dirige el Administrador Financiero, un Departamento de Recursos Humanos representado por su Gerente de Recursos, Departamento de Calidad representado por su Gestor de Calidad, Departamento de Compras con su jefe de Compras, Bodega y Despacho por su Jefe de Bodega y el Departamento de Producción dirigido por el Gerente de Planta y Jefe de Producción. Así como su propio departamento de Diseño, representado por el Diseñador Gráfico.

1.2.5. Misión

Somos una empresa guatemalteca, al servicio del Comercio e Industria, que respalda la imagen de nuestros clientes y facilita sus actividades, cubriendo necesidades de envase y empaque con soluciones integrales para nuestros clientes, contamos personal calificado y tecnología de punta.

1.2.6. Visión

Seremos líderes a nivel Regional en el mercado de envases y empaques desechables, posicionándonos como los primeros en la mente de nuestros clientes y consumidores a través de respuestas y soluciones prácticas e inmediatas en productos y servicios de la mejor calidad, habremos experimentado un crecimiento sostenido en ventas, participación de mercado y rentabilidad.

1.2.7. Objetivos Institucionales

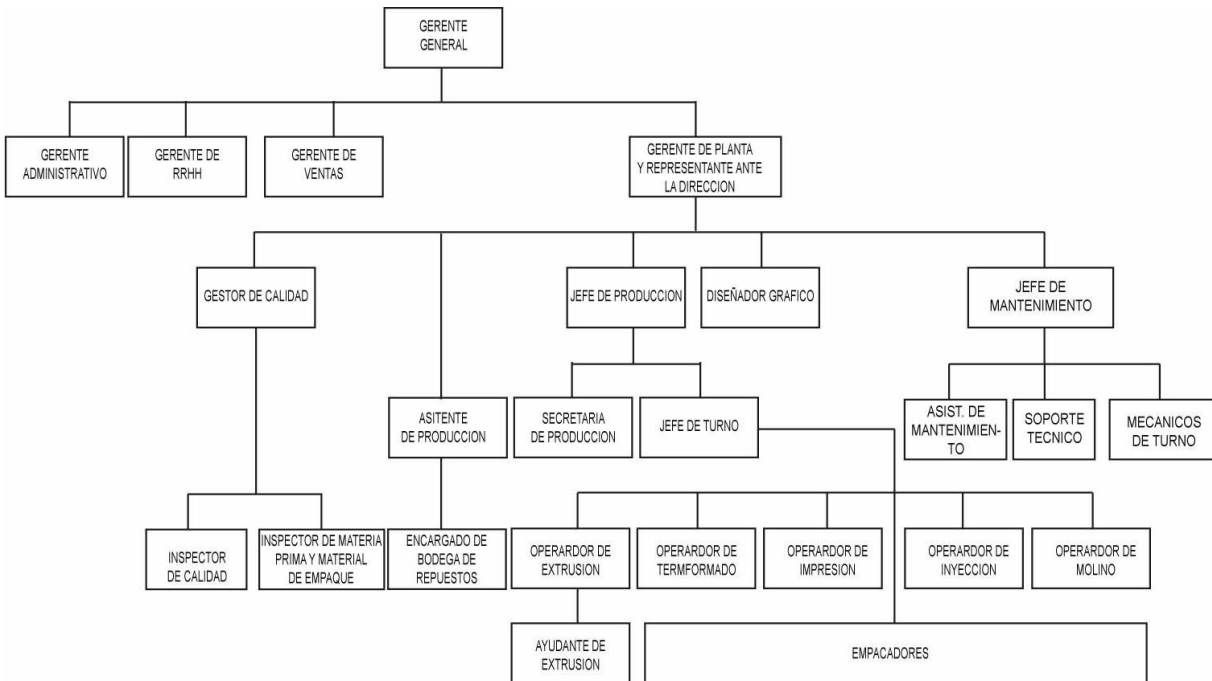
Cumplir con la satisfacción de nuestros clientes brindándoles productos de acuerdo a sus especificaciones y requerimientos.

- Mantener vigente la mejora continua en el sistema de Gestión de Calidad.
- Facilitar un buen ambiente de trabajo garantizando las necesidades del colaborador.

1.2.8. Público Objetivo

La Industria Agrícola y Alimenticia. Cadenas de restaurantes, Supermercados y los más grandes distribuidores de productos lácteos, verduras y bebidas. Y en general el consumidor final a través de distribuidores en todo el país.

1.2.9. Organigrama



1.3. METODOLOGÍA

1.3.1 Descripción del Método

La investigación realizada con métodos descriptivos es denominada investigación descriptiva, y tiene como finalidad definir, clasificar, catalogar o caracterizar el objeto de estudio. Cuando tiene la finalidad de conseguir descripciones generales, diremos que es de tipo nomotético, y cuando la finalidad es la descripción de objetos específicos diremos que es ideográfica. Los métodos descriptivos pueden ser cualitativos o cuantitativos. Los métodos cualitativos se basan en la utilización del lenguaje verbal y no recurren a la cuantificación. Los principales métodos de la investigación descriptiva son: el observacional, el de encuestas y los estudios de caso único.

1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección

Observación

La investigación observacional consiste en registrar el comportamiento en el entorno habitual del sujeto. Características: a) definición precisa de las condiciones de observación, b) sistematización y objetividad y, c) rigor en el procedimiento de registro del comportamiento. Los métodos observacionales pueden ser con intervención o sin intervención. La observación sin intervención tiene por finalidad observar el comportamiento tal como ocurre de forma natural, y en ella el observador se limita a registrar lo que observa, sin manipular ni controlar.

Encuestas

La investigación con encuestas se caracteriza por utilizar cuestionarios para registrar las respuestas de los sujetos. La finalidad más habitual de la investigación con encuestas es la descripción de pensamientos, opiniones y sentimientos. Procedimientos: Correo, entrevistas personales, teléfono, Internet. Correo. El principal inconveniente es el sesgo introducido por el elevado índice de encuestas no contestadas, especialmente si piden datos de tipo personal. Entrevistas personales: la principal ventaja es el grado de control del investigador a la obtención de respuestas. Inconveniente: sesgo del experimentador y coste económico. Teléfono: la principal ventaja es la simplicidad del procedimiento. Inconveniente: Dificultad de que la muestra sea representativa dada la relación entre selección de sujeto, variedad de operadores telefónicos o falta de teléfono. Internet: la principal ventaja es la facilidad de llegar a muestras grandes, y las principales desventajas son la dificultad por trabajar con muestras representativas y la falta de control del proceso. Entrevista es un término que está vinculado al verbo entrevistar (la acción de desarrollar una charla con una o más personas con el objetivo de hablar sobre ciertos temas y con un fin determinado).

Entrevistas

Las entrevistas pueden ser estructuradas o no estructuradas, según el tipo de preguntas que se desarrollan y su finalidad. Se dice que una entrevista es estructurada cuando se encuentra absolutamente estandarizada; es decir que se compone de preguntas rígidas que se plantean a todos los interlocutores de forma idéntica y cuya respuesta también se encuentra estructurada. Algunas de las ventajas de este tipo de entrevista son: que resulta más sencillo procesar la información (pudiendo compararse fácilmente las respuestas obtenidas, útil por ejemplo para crear una estadística), que no se requiere de un entrevistador muy audaz (cualquiera podría desempeñar esta labor, independientemente de si es o no periodista), que se recopila información uniforme (es sencillo eliminar aquellos datos que no hacen a la investigación, que no proporcionan información útil a los objetivos de la entrevista).

Por otro lado, las entrevistas no estructuradas permiten acercarse más al interlocutor, son más flexibles y, si bien también hay una línea de preguntas que las guía, estas no son rígidas y permiten que el entrevistador repregunte aquello que considere importante o profundice en ciertos temas que son de su interés o que crea que pueden interesar a sus interlocutores.

Las ventajas de este tipo de entrevistas es que las preguntas se adaptan al entrevistado en cuestión y la misma entrevista podrían servir para diversas situaciones y sujetos, además permite profundizar en temas de un determinado interés y orientar las hipótesis hacia áreas de nueva exploración. En sus desventajas está la dificultad para tabular los datos obtenidos, el requerimiento de una cierta habilidad técnica por parte del entrevistador y un mayor conocimiento sobre el tema de la entrevista.

Una entrevista no estructurada puede ser a profundidad (se busca que el entrevistado exprese de forma oral su percepción sobre un determinado acontecimiento), enfocada (si bien puede ser una entrevista a profundidad se encuentra dirigida a un sujeto en particular y en una situación concreta de la que el individuo haya sido protagonista) o focalizada (entrevista grupal que permite acercarse a un hecho puntual con una mayor facilidad de reflexión sobre la temática que se trata).

1.3.3. Cronograma del Diagnóstico

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES									
No.	ACTIVIDAD DESCRIPCIÓN	SEMANA / MES							
		4TA. SEMANA	5TA. SEMANA	1RA. SEMANA	2DA. SEMANA	3RA. SEMANA	4TA. SEMANA	5TA. SEMANA	4TA. SEMANA
		19 AL 22 ENE	25 AL 31 ENE	01 AL 07 FEB.	15 AL 21 FEB.	15 AL 21 FEB.	22 AL 28 FEB.	29 FEB.	28 MARZO AL 04 ABRIL
01	INICIO DE DIAGNÓSTICO E INVESTIGACION DOCUMENTAL	■							
02	INVESTIGACIÓN DE LA EMPRESA Y RECOPIACION DE INFORMAC.		■						
03	CREACIÓN DE LA ENCUESTA			■					
04	CREACIÓN DE LA ENTREVISTA			■					
05	REALIZACIÓN DE ENTREVISTAS Y DE LAS ENCUESTAS				■				
06	TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS - GRÉFICAS					■			
07	OBSERVACIÓN GENERAL DEL ENTORNO Y DE SU ACTUAR					■			
08	REALIZACIÓN DEL INFORME A PRESENTAR - DIAGNÓSTICO						■		
09	REVISIÓN DEL INFORME A PRESENTAR - DIAGNOSTICO						■		
10	PRESENTACIÓN DE INFORME							■	
11	CORRECCION Y NUEVA PRESENTACIÓN DE INFORME								■

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

1.4.1. Fichas de las Entrevistas

Se realizaron seis entrevistas a las siguientes personas: Un Jefe de Turno, dos Operadores de Impresión, un Operador de Termo formado y dos Mecánicos de Turno.

FICHA No. 1

TEMA:

“DIGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN INTERNA EN EL AREA DE PRODUCCIÓN DE ENVASES DESECHABLES S.A. (EDECA, S.A.) Y DE SUS PROCESOS DE EXTRUSION, TERMOFORMADO, IMPRESION, INYECCION, EMPAQUE Y MOLINO.”

FECHA: 15 de marzo de 2016

LUGAR: Instalaciones Envases Desechables Centroamericanos, S.A.

ENTREVISTADO: Marvin Castillo, Jefe de Producción, Turno I

DURACION: 15 Minutos

1. ¿Cuál es su concepto sobre la comunicación en el área de producción de Edeca, S. A. y de sus colaboradores?

A nivel de comunicación estamos mal, no se entiende a nadie, el jefe de producción pide una cosa mientras que el ingeniero de la planta ordena otra. Ellos no se ponen de acuerdo, y así cuesta mucho trabajar.

2. ¿Puede mejorar la comunicación y de qué forma?

Si se puede, mediante una buena planificación, comunicándola efectivamente a las partes en donde los que dirigen la producción unan sus criterios para iniciar el ciclo de la producción y en donde los cambios en la planificación sean mínimos. Y haciendo llegar esa información a todos los niveles del departamento o del área.

3. *¿Puede en realidad la comunicación efectiva, contribuir a mejorar el proceso de producción de Adeca, S.A. y mejorar las relaciones entre sus colaboradores?*

Considero que sí, una buena comunicación puede facilitarnos todas nuestras actividades, en todos los sentidos, así también puede mejorar las relaciones con nuestro compañero de trabajo, pues una vez dadas las instrucciones en las áreas sólo es de continuar hasta terminar, y eso provoca menos desgaste en todos los involucrados dentro del proceso. Nos hace más efectivos.

FICHA No. 2

TEMA:

“DIGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN INTERNA EN EL AREA DE PRODUCCIÓN DE ENVASES DESECHABLES S.A. (EDECA, S.A.) Y DE SUS PROCESOS DE EXTRUSION, TERMOFORMADO, IMPRESION, INYECCION, EMPAQUE Y MOLINO.”

FECHA: 17 de marzo de 2016

LUGAR: Instalaciones Envases Desechables Centroamericanos, S.A.

ENTREVISTADO: Esteban Sagastume, Operador de Impresión, Turno I

DURACION: 20 Minutos

1. ¿Cuál es su concepto sobre la comunicación en el área de producción de Edeca, S. A. y de sus colaboradores?

Un punto clave es que los altos mandos conserven sus líneas de autoridad, se da mucho el caso que el Gerente de Planta interfiere directamente en las directrices del Jefe de Producción y del Jefe de Turno, lo que genera confusión en cuanto que no se sabe a quién seguir las instrucciones. Creo que este caso compete al Jefe de Turno quien es el jefe directo nosotros darnos todas las instrucciones correspondientes a lo que a producción se refiere.

2. *¿Puede mejorar la comunicación y de qué forma?*

Si puede mejorar, con explicaciones claras y precisas, sin tanto cambio en la programación, en donde las instrucciones vengan del Jefe de Turno, porque se entiende que él ya se comunicó con los altos mandos sobre todo lo que se tiene que producir durante la semana. Una buena programación es la clave para mejorar.

3. *¿Puede en realidad la comunicación efectiva, contribuir a mejorar el proceso de producción de Edeca, S.A. y mejorar las relaciones entre sus colaboradores?*

Desde luego, se evitarían muchas pérdidas tanto en tiempo como en insumos. Esto mejoraría las buenas relaciones interpersonales con el grupo de trabajo. Las personas se desgastarían menos.

FICHA No. 3

TEMA:

“DIGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN INTERNA EN EL AREA DE PRODUCCIÓN DE ENVASES DESECHABLES S.A. (EDECA, S.A.) Y DE SUS PROCESOS DE EXTRUSION, TERMOFORMADO, IMPRESION, INYECCION, EMPAQUE Y MOLINO.”

FECHA: 19 de marzo de 2016

LUGAR: Instalaciones Envases Desechables Centroamericanos, S.A.

ENTREVISTADO: Israel Boteo Arana, Mecánico / Soporte Técnico

DURACION: 15 Minutos

1. ¿Cuál es su concepto sobre la comunicación en el área de producción de Edeca, S. A. y de sus colaboradores?

La comunicación en Edeca, no es un fuerte, todo mundo da órdenes, todos mandan y de esa forma no se le atina a quien hacerle caso, que ya ordena el Jefe de Producción o el Gerente de Planta. Las órdenes deben venir de forma directa

2. ¿Puede mejorar la comunicación y de qué forma?

Si puede mejorar, con explicaciones claras y precisas, sin tanto cambio en la programación, en donde las instrucciones vengan del Jefe que corresponde, porque se entiende que él ya se comunicó con los altos mandos sobre todo lo que se tiene que producir durante la semana. Una buena programación es la clave para mejorar. Puede ser por escrito o charla directa dependiendo del área de producción.

3. *¿Puede en realidad la comunicación efectiva, contribuir a mejorar el proceso de producción de Edeca, S.A. y mejorar las relaciones entre sus colaboradores?*

Desde luego, se evitarían muchas pérdidas tanto en tiempo como en insumos. Esto mejoraría la eficiencia en la operación, todo sería más rápido. se mejorarían las relaciones interpersonales con el grupo de trabajo. Las personas se desgastarían menos.

FICHA No. 4

TEMA:

“DIGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN INTERNA EN EL AREA DE PRODUCCIÓN DE ENVASES DESECHABLES S.A. (EDECA, S.A.) Y DE SUS PROCESOS DE EXTRUSION, TERMOFORMADO, IMPRESION, INYECCION, EMPAQUE Y MOLINO.”

FECHA: 20 de marzo de 2016

LUGAR: Instalaciones Envases Desechables Centroamericanos, S.A.

ENTREVISTADO: Josué Eliezer Velásquez, Mecánico de Turno

DURACION: 10 Minutos

1. ¿Cuál es su concepto sobre la comunicación en el área de producción de Edeca, S. A. y de sus colaboradores?

La comunicación en Edeca, es mala es mas no se da. Si hubiera una buena comunicación todo sería diferente, sería más fácil de trabajar y se nos evitaría trabajo por gusto.

2. ¿Puede mejorar la comunicación y de qué forma?

Si se puede mejorar, si las jefaturas pueden comunicarnos mejor sus órdenes y pueden ponerse de acuerdo, todo sería mucho más fácil, para poder iniciar nuestro trabajo.

3. *¿Puede en realidad la comunicación efectiva, contribuir a mejorar el proceso de producción de Edeca, S.A. y mejorar las relaciones entre sus colaboradores?*

A si, definitivamente, todo sería más fácil y se produciría con menos contratiempo y me pérdida de producto. Pues una mala información por una mala decisión se puede traducir en costo y pérdida para la empresa.

FICHA No. 5

TEMA:

“DIGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN INTERNA EN EL AREA DE PRODUCCIÓN DE ENVASES DESECHABLES S.A. (EDECA, S.A.) Y DE SUS PROCESOS DE EXTRUSION, TERMOFORMADO, IMPRESION, INYECCION, EMPAQUE Y MOLINO.”

FECHA: 20 de marzo de 2016

LUGAR: Instalaciones Envases Desechables Centroamericanos, S.A.

ENTREVISTADO: Willy Ibaté, Operador de Impresión

DURACION: 15 Minutos

1. ¿Cuál es su concepto sobre la comunicación en el área de producción de Edeca, S. A. y de sus colaboradores?

No es una de las principales fortalezas de la empresa, cuesta mucho que comunique lo que se tiene que hacer. Acá no existen fallas porque el Diseñador Gráfico siempre está en constante comunicación con los operadores de impresión. En el caso de termo formado el jefe de turno se limita a dar instrucciones allí no fluye la información.

2. ¿Puede mejorar la comunicación y de qué forma?

Si se puede mejorar si se tomara como ejemplo la comunicación que en el área de Impresión se da sería diferente y se produciría mejor.

3. ¿Puede en realidad la comunicación efectiva, contribuir a mejorar el proceso de producción de Edeca, S.A. y mejorar las relaciones entre sus colaboradores?

Si, se trabajaría con un mejor ambiente laboral, no es lo mismo trabajar en impresión que trabajara en termo formado, allí cada quien se va por su lado, pero e impresión se maneja un mejor ambiente laboral y es porque el Diseñador Gráfico siempre está en constante comunicación y acompañamiento durante el proceso de impresión. Por eso no nos perdemos.

FICHA No. 6

TEMA:

“DIGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN INTERNA EN EL AREA DE PRODUCCIÓN DE ENVASES DESECHABLES S.A. (EDECA, S.A.) Y DE SUS PROCESOS DE EXTRUSION, TERMOFORMADO, IMPRESION, INYECCION, EMPAQUE Y MOLINO.”

FECHA: 20 de marzo de 2016

LUGAR: Instalaciones Envases Desechables Centroamericanos, S.A.

ENTREVISTADO: Israel Olivares, Operador de Termo formado

DURACION: 10 Minutos

1. ¿Cuál es su concepto sobre la comunicación en el área de producción de Edeca, S. A. y de sus colaboradores?

Cuesta que se dé, casi nunca se mantiene una buena comunicación, el jefe de turno se limita a dar instrucciones y después no se relaciona mucho con nosotros. Los otros dos jefes menos que se relacionen con nosotros en el caso del Gerente de Planta y el Jefe de Producción hay veces que nos dan otra indicación, y en estos casos casi no sabemos a quién seguir las ordenes.

2. ¿Puede mejorar la comunicación y de qué forma?

Si hubiera una mejor manera de comunicarnos las cosas, todo esto serio mejor hasta más fácil seria para nosotros el poder hacer nuestro trabajo.

3. *¿Puede en realidad la comunicación efectiva, contribuir a mejorar el proceso de producción de Edeca, S.A. y mejorar las relaciones entre sus colaboradores?*

Imagino que sí, la comunicación clara es lo mejor que puede haber, así no habría confusiones dentro de nuestras labores diarias.

1.4.2. Resultados de las Entrevistas

Resumen

1. *¿Cuál es su concepto sobre la comunicación en el área de producción de Edeca, S. A. y de sus colaboradores?*

En la mayoría de los casos indicaron que la Comunicación no es una de las principales fortalezas de la Empresa, ya que ellos la consideran como una debilidad.

Un punto clave es que en los mandos altos se pierde la línea de autoridad, por una mala comunicación. Se da mucho el caso que el Gerente de Planta interfiere directamente en las directrices del Jefe de Producción y éste a su vez en las del Jefe de Turno, lo cual genera confusión en las líneas operativas.

Consideran que, redefiniendo las líneas de autoridad y sus roles, habría una mejora en la comunicación, y esto a su vez en el sistema de producción.

2. *¿Puede mejorar la comunicación y de qué forma?*

La comunicación podría mejorarse con una Planificación bien elaborada y haciéndola llegar a todos los involucrados en un tiempo prudente para la adecuada organización de los puestos de trabajo y de los procesos. La planificación no debe estar sujeta a muchos cambios, pues estos solo generan desorden en los procesos y, por ende, la producción no es la adecuada.

Otro punto muy importante, si se tiene una buena planificación el personal operativo puede organizarse de buena forma y sin contratiempos, y no tener que optar por personal que no tiene la preparación adecuada para ciertos procesos.

Los cambios de turno que se generan los días viernes, sirven para informar al personal sobre quienes estar seleccionados para la jornada laboral de fin de semana, pero sucede que para ese mismo día cuando ya se ha divulgado el cambio de turno, se generan cambios en la planificación, y esto obliga a tener que volver a re-seleccionar al personal, lo que causa cierto grado de inconformismo dentro del mismo personal. La línea de comunicación entre la línea jerárquica debe de resolverse lo antes posible.

3. ¿Puede en realidad la comunicación efectiva contribuir a mejorar el proceso de Producción de Edeca, S. A. y mejorar las relaciones entre sus colaboradores?

Consideran que es la única forma de que los procesos funcionen adecuadamente dentro de la Planta de Producción, ya que habría mejor comunicación entre los colaboradores y al mismo tiempo en la Empresa en general.

Este cambio generaría un mejor ambiente laboral y por ende un mejor sentido de pertenencia dentro de la Empresa.

Las relaciones laborales, en cuanto a la comunicación, debería ser dentro de toda la Empresa, ya que no hay comunicación efectiva dentro de los diferentes departamentos o áreas en general. Esto ocasiona dispersión del grupo.

1.4.3. Resumen de las Encuestas

Se realizaron 25 encuestas dentro del área de producción, lo que equivale al 35% de la población en el área, y la muestra tomada fue toma al azar involucrando a personal desde empaque, operadores mecánicos y personal del área de control de calidad.

Resultados de las Encuestas:

1. ¿Valor de la comunicación en Edeca, S.A. Cual es grado de satisfacción de la comunicación en el área de producción y la de sus colaboradores?

El 40% del grupo encuestado indica que la comunicación es Regular; el 32% la considera como Buena; el 24% de las personas indican que es Excelente y el 4% no respondió a la pregunta. Para nadie es mala la comunicación, ya que ninguno respondió.

2. La comunicación con el gerente de producción y jefe de producción es?

El 40% indica que la comunicación con el Gerente y Jefe de Producción es Regular; el 20% dice que debe mejorar; Hay un 16% que considera como Buena la comunicación y el otro 16% la considera Mala; El 8% restante la considera como una comunicación Excelente.

3. La comunicación con su jefe inmediato es?

El 32% considera que la comunicación es buena con su Jefe inmediato; el 28% la considera excelente; el 20% considera que debe mejorar; el 16% indica que es regular y el 4% dice que es mala.

4. ¿Le es comunicado en el momento justo, todo lo concerniente al área de producción y de sus productos a producir?

El 56% del grupo entrevistado acepta que sí se le comunica en el momento justo todo lo que concierne a la producción a realizar; mientras que el 8% admite que no y el 36% indica que de vez en cuando le es comunicada la programación.

5. Los lineamientos o instrucciones referentes al área de producción y de sus productos a producir son entendibles?

El 68% de los encuestados indican que sí son entendibles los lineamientos o instrucciones para la producción; el 32% considera que debe mejorar y el 0% no respondió.

6. ¿Existe una programación semanal en producción, es una herramienta de apoyo para su área?

En Planta de Producción existe una programación semanal. Al abordar al entrevistado, el 72% de la muestra considera que es una herramienta de apoyo para su labor; en tanto el 8% no la considera una herramienta; el 16% la considera como herramienta de apoyo de vez en cuando, mientras que el 4% se limitó a no contestar.

7. ¿Esta programación semanal en producción, se respeta o se incumple?

El 44% de los encuestados indican que sí se cumple con el programa de producción; el 36% considera que de vez en cuando; el 12% indica que no se cumple con lo programado y el 8% no contestó a la pregunta realizada.

7. A El 44% de los encuestados afirma que el programa semanal de producción es entendible. El 12% afirma que no lo comprende. El otro 44% no respondió.

8. *Cómo le gustaría mejorar la comunicación en producción?*

El 56% del grupo entrevistado considera como una buena opción las reuniones de trabajo; el 28% se inclina por los programas de trabajo; el 8% prefiere una charla directa; mientras que el otro 8% no respondió y en la opción de la telefonía celular nadie respondió.

9. *Qué piensa de los medios sociales de comunicación social, WhatsApp, Facebook, y Messenger, estos como herramientas de comunicación en producción?*

No todas las personas consideran una buena herramienta de comunicación, ya que dentro del Área de Producción está prohibido el uso de celulares.

Sin embargo, consideran que sería de gran utilidad si se le diera un buen uso a éste, para agilizar el medio de información entre el grupo de trabajo, entre Jefaturas y personal operativo. Sí y sólo sí no genere distracción dentro de las labores diarias.

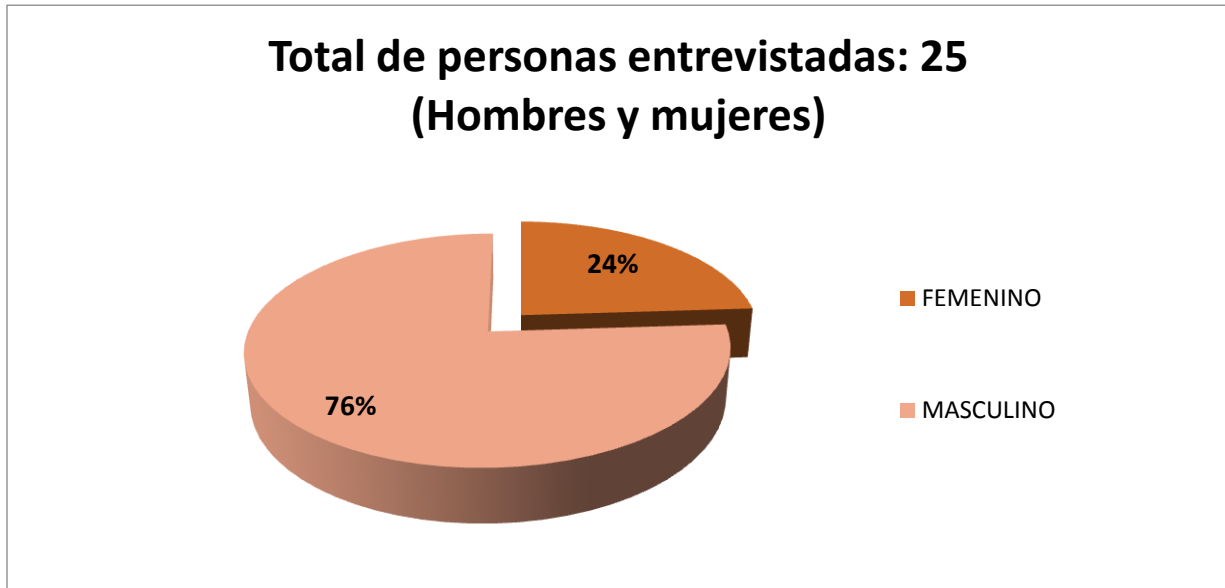
10. *Algún comentario o sugerencia que ayude a mejorar la comunicación en planta de producción?*

Las personas encuestadas indican que debería de haber más fluidez en la información hacia el Área de Producción, ya que muchas veces no baja ésta al área operativa, quedándose solo en mandos medios y altos, lo cual genera desinformación y malestar dentro del grupo de trabajo operativo.

Sugieren reuniones en las cuales se les invite a participar y que se tomen en cuenta sus opiniones, pues consideran que aportan valor a la organización para mejorar dentro del área operativa

1.4.4. Graficas e Interpretación de resultados

Graficas No. 1



Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta sobre cómo mejorar la comunicación Interna en al Área de Producción de Envases Desechables, S.A. febrero de 2016.

El total de las personas encuestadas fueron 25 personas del Área de Producción, de las cuales un 76% son de sexo masculino, con un promedio de edad de 28.4 años y un promedio de estabilidad laboral de 5.11 años. En lo que concierne al sexo femenino que representa el 24% del total de los encuestados, cuenta con promedio de edad de 30 años de edad, y un promedio de estabilidad laboral de 6.5 años.

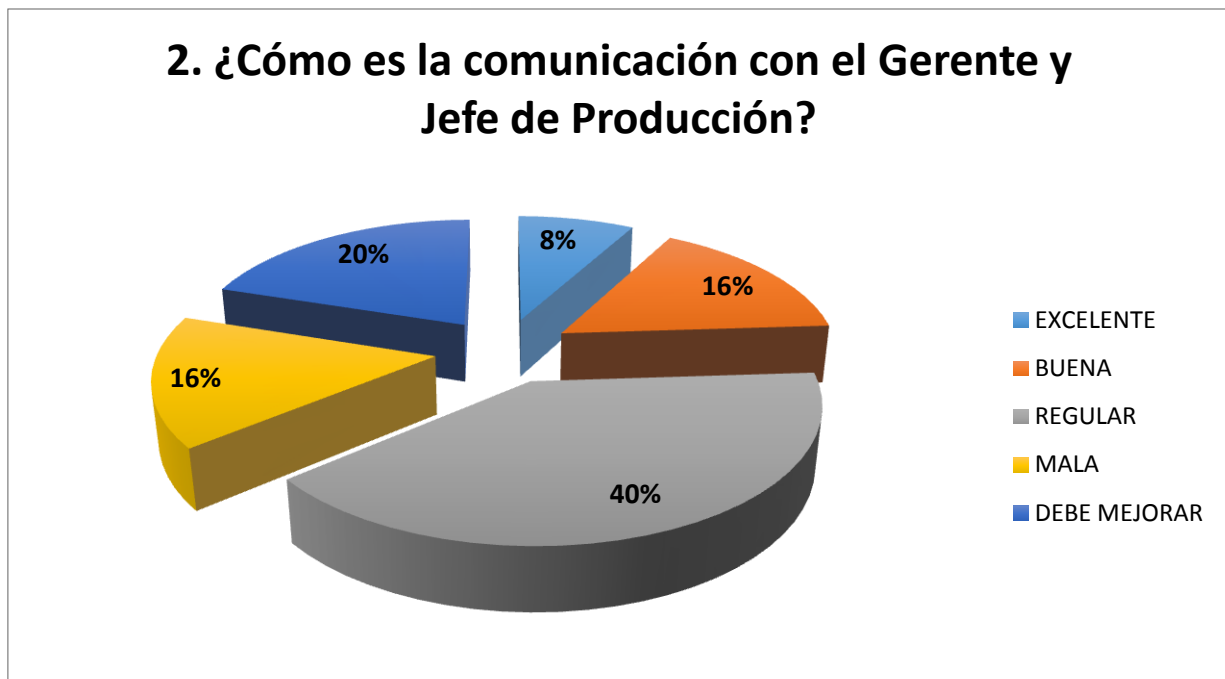
Graficas No. 2



Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta sobre cómo mejorar la comunicación Interna en al Área de Producción de Envases Desechables, S.A. febrero de 2016.

El 40% del grupo encuestado indica que la comunicación es Regular; el 32% la considera como Buena; el 24% de las personas indican que es Excelente y el 4% no respondió a la pregunta. Para nadie es mala la comunicación, ya que ninguno respondió.

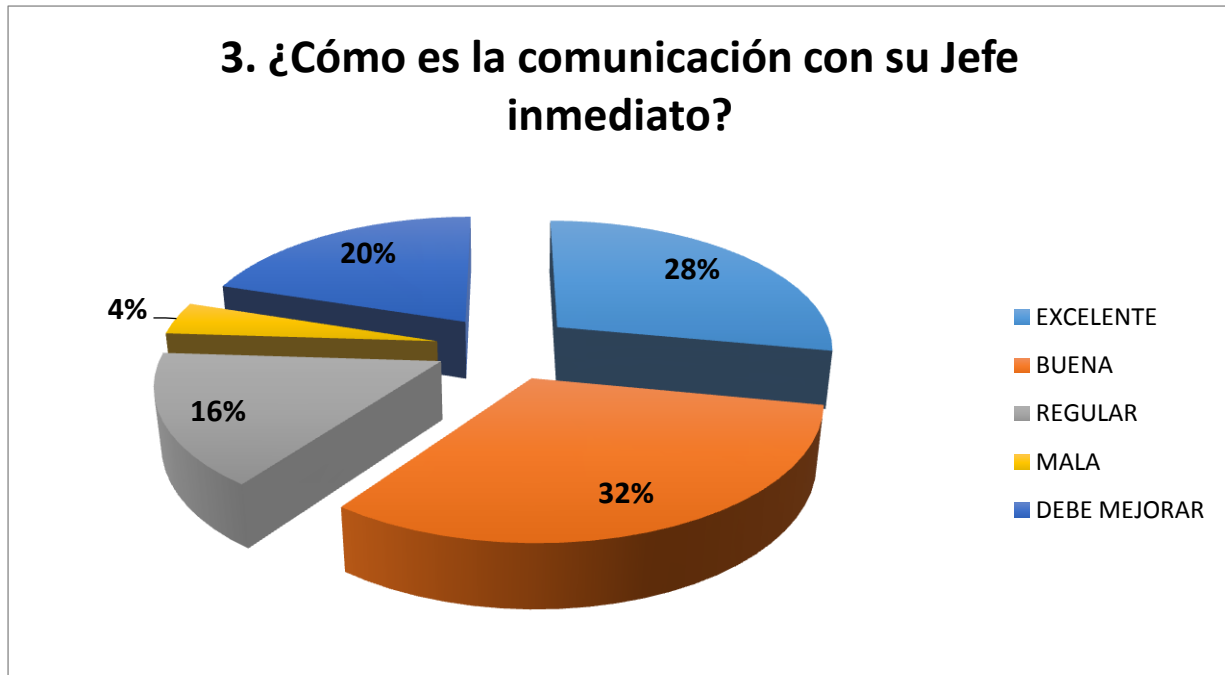
Graficas No. 3



Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta sobre cómo mejorar la comunicación Interna en al Área de Producción de Envases Desechables, S.A. febrero de 2016.

El 40% indica que la comunicación con el Gerente y Jefe de Producción es Regular; el 20% dice que debe mejorar; Hay un 16% que considera como Buena la comunicación y el otro 16% la considera Mala; El 8% restante la considera como una comunicación Excelente.

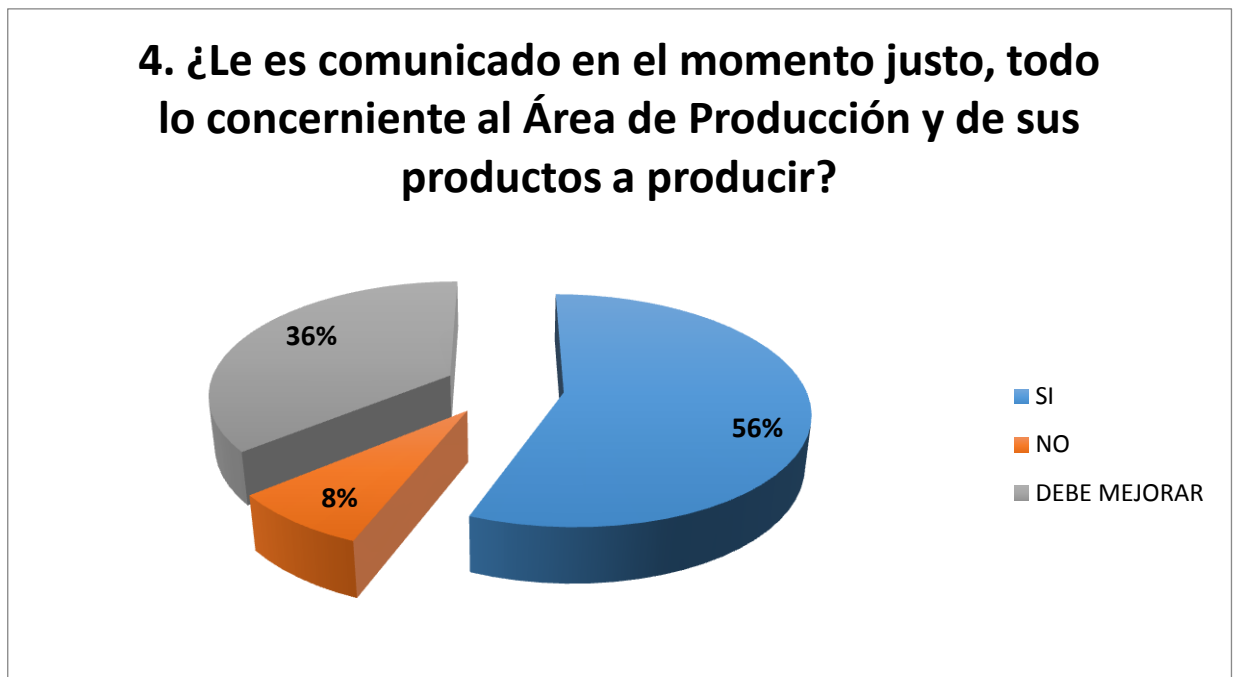
Graficas No. 4



Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta sobre cómo mejorar la comunicación en el Área de Producción de Envases Desechables Centro Americanos, S.A. febrero de 2016.

El 32% considera que la comunicación es buena con su Jefe inmediato; el 28% la considera excelente; el 20% considera que debe mejorar; el 16% indica que es regular y el 4% dice que es mala.

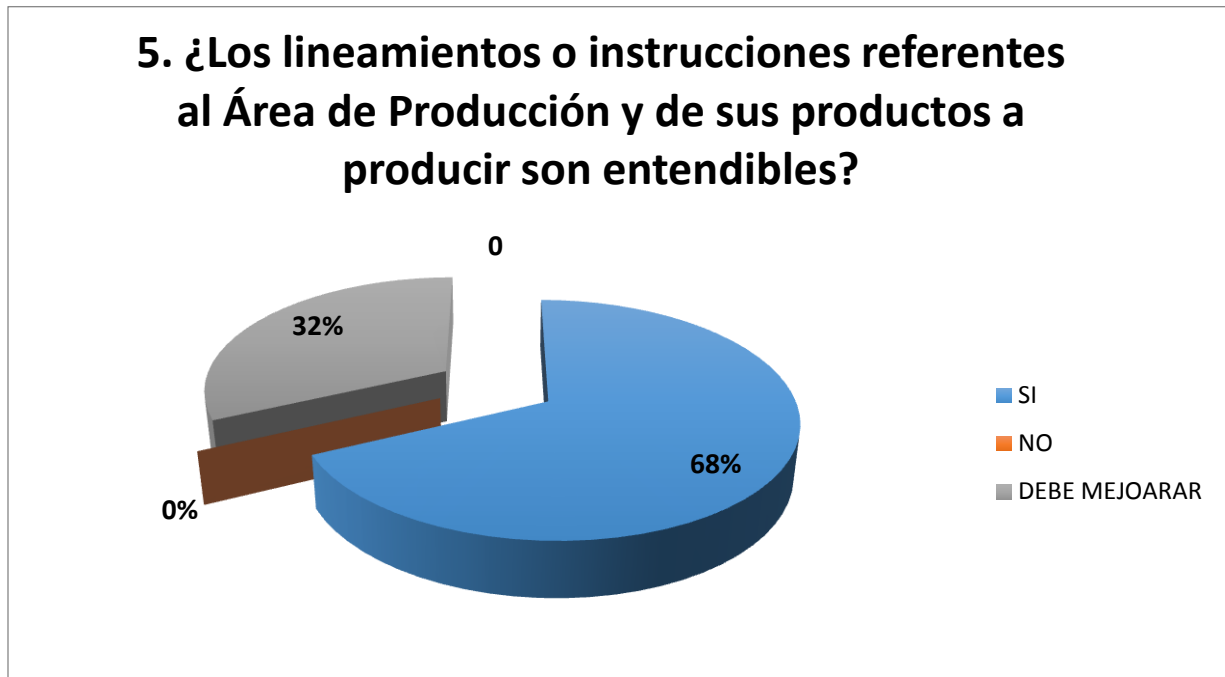
Graficas No. 5



Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta sobre cómo mejorar la comunicación en el Área de Producción de Envases Desechables Centro Americanos, S.A. febrero de 2016.

El 56% del grupo entrevistado acepta que sí se le comunica en el momento justo todo lo que concierne a la producción a realizar; mientras que el 8% admite que no y el 36% indica que de vez en cuando le es comunicada la programación.

Graficas No. 6



Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta sobre cómo mejorar la comunicación Interna en al Área de Producción de Envases Desechables, S.A. febrero de 2016.

El 68% de los encuestados indican que sí son entendibles los lineamientos o instrucciones para la producción; el 32% considera que debe mejorar y el 0% no respondió.

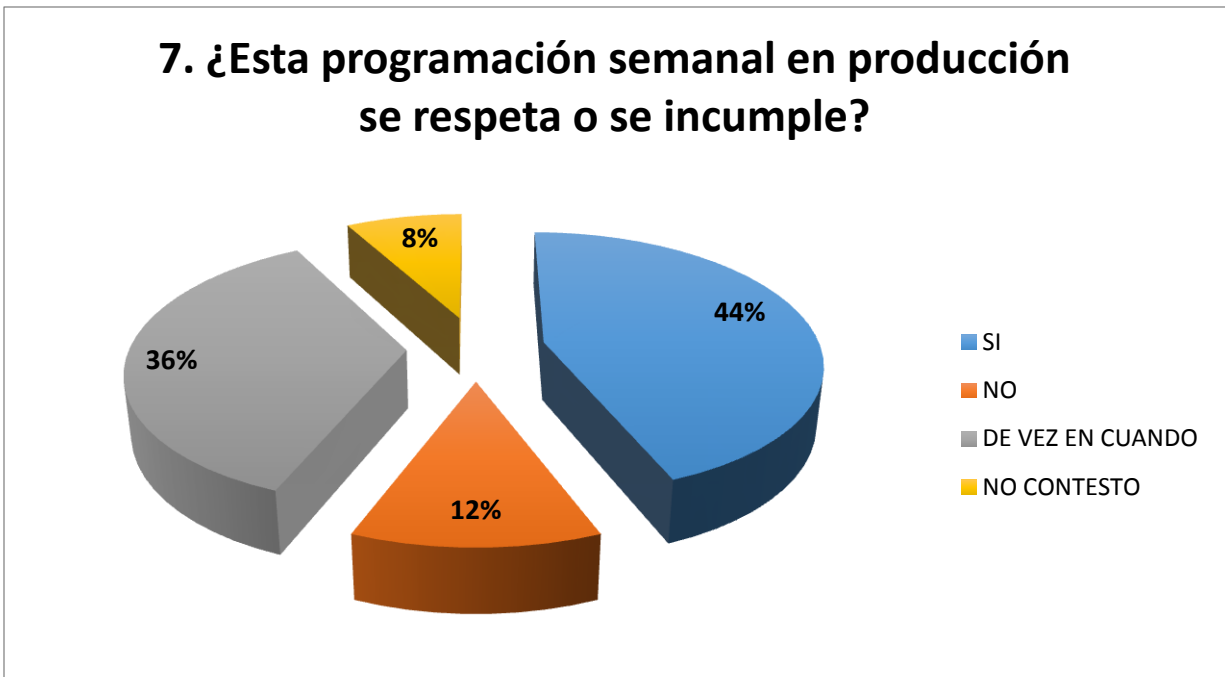
Graficas No. 7



Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta sobre cómo mejorar la comunicación Interna en al Área de Producción de Envases Desechables, S.A. febrero de 2016.

En Planta de Producción existe una programación semanal. Al abordar al entrevistado, el 72% de la muestra considera que es una herramienta de apoyo para su labor; en tanto el 8% no la considera una herramienta; el 16% la considera como herramienta de apoyo de vez en cuando, mientras que el 4% se limitó a no contestar.

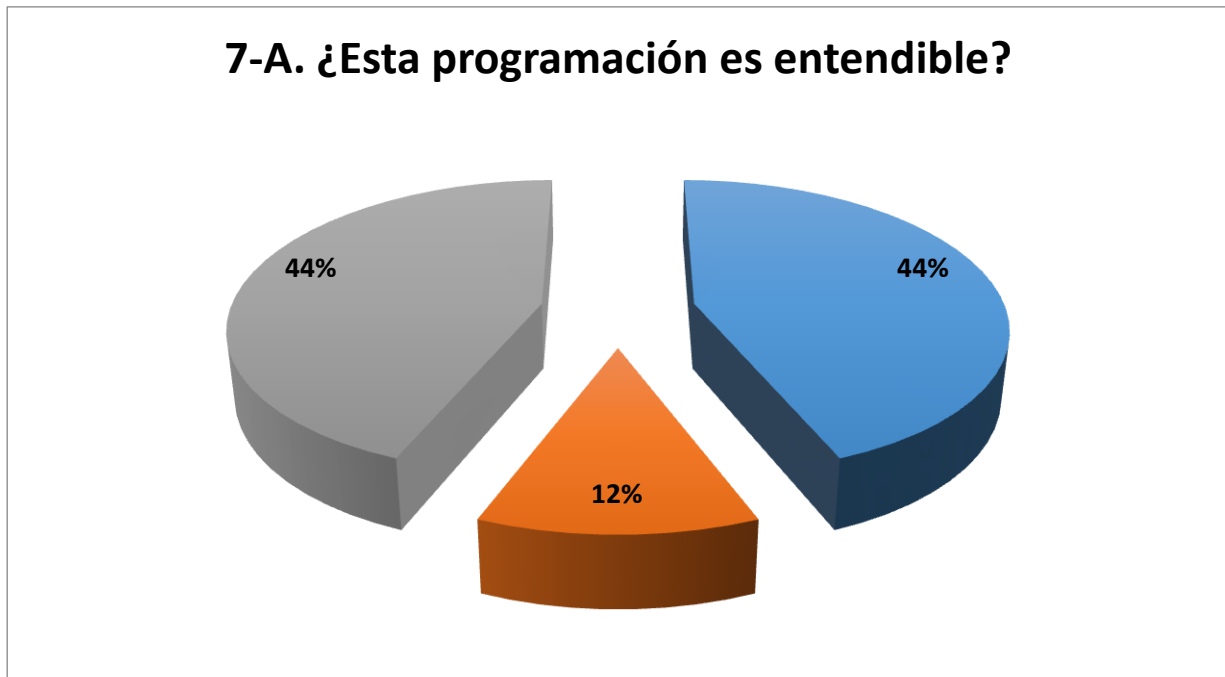
Graficas No. 8



Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta sobre cómo mejorar la comunicación Interna en al Área de Producción de Envases Desechables, S.A. febrero de 2016.

El 44% de los encuestados indican que sí se cumple con el programa de producción; el 36% considera que de vez en cuando; el 12% indica que no se cumple con lo programado y el 8% no contestó a la pregunta realizada.

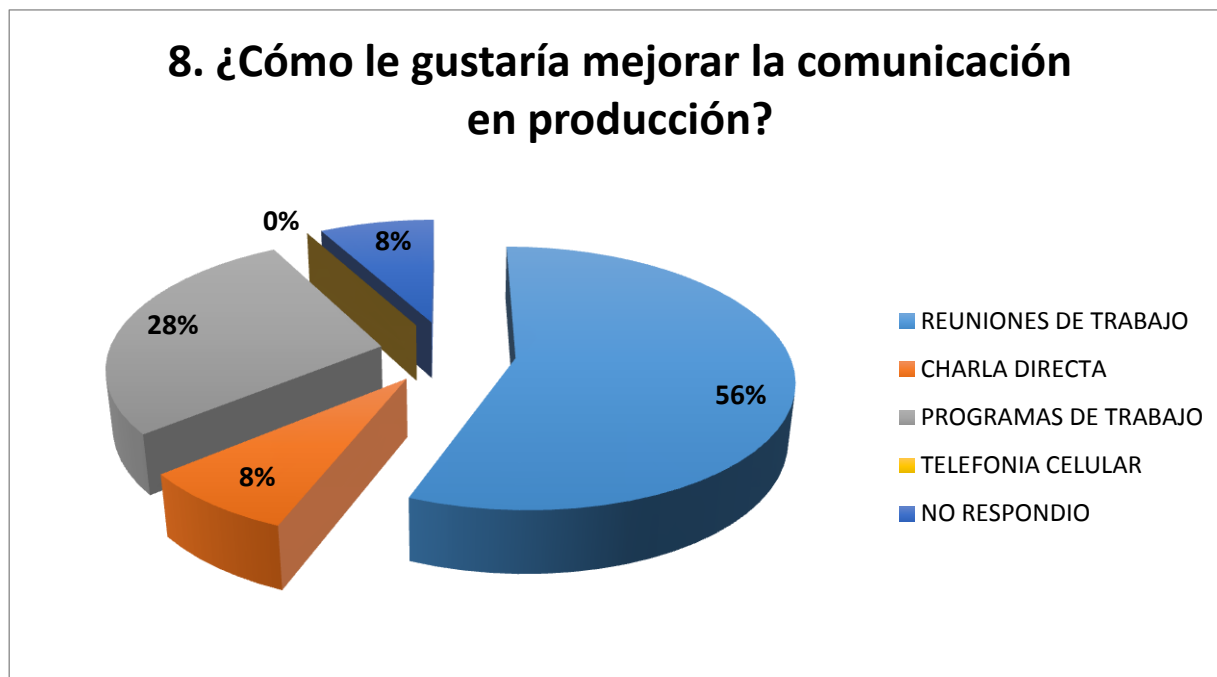
Graficas No. 9



Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta sobre cómo mejorar la comunicación Interna en al Área de Producción de Envases Desechables, S.A. febrero de 2016.

El 44% de los encuestados afirma que el programa semanal de producción es entendible. El 12% afirma que no lo comprende. El otro 44% no respondió.

Graficas No. 10



Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta sobre cómo mejorar la comunicación Interna en al Área de Producción de Envases Desechables, S.A. febrero de 2016.

El 56% del grupo entrevistado considera como una buena opción las reuniones de trabajo; el 28% se inclina por los programas de trabajo; el 8% prefiere una charla directa; mientras que el otro 8% no respondió y en la opción de la telefonía celular nadie respondió.

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN

Radiografía

EDECA, S. A. (Envases Desechables Centroamericanos, Sociedad Anónima), dedicada a la fabricación de productos plásticos desechables para el consumo de la Industria Agrícola y Alimenticia. Atiende prestigiosas cadenas de restaurantes, supermercados y los más grandes distribuidores de productos lácteos, verduras y bebidas, en mercados Nacionales y Extranjeros. Responsable del cuidado del medio ambiente pues se trabaja con polietileno virgen de alto impacto y polietileno cristal ambos 100% reciclable.

Actualmente se cuenta con un promedio de 33 empleados administrativos, en los distintos departamentos de Gerencia, Administración, Ventas y Producción, así como también un promedio de 70 empleados operativos en al área de producción, estos distribuidos como operadores de termo formado, operadores de inyección, operadores de impresión y personal de empaque. Así también el personal dentro de Área de Mantenimiento, soporte técnico, electricista. Y todo el personal que corresponde al área de Bodega y Distribución.

PERSONAL DE EDECA, S.A.

GERENTES DE DEPARATEMENTO	5
JEFES DE DEPARTAMENTO	6
SECRETARIAS Y ASISTENTES	12
VENEDORES, COLOCADORES Y MENSAJERO	7
JEFES DE TURNO	2
MECANICOS DE TURNO	2
ELECTRISISTA	1
SOPORTE TECNICO	1
OPERADORES	18
AYUDANTES Y PERSONAL DE EMPAQUE Y LIMPIEZA	63

FODA COMUNICACIONAL

1.5.1 Fortalezas

Dentro de las principales fortalezas de Envases desechables centroamericanos, S.A. podemos mencionar:

- Existe disposición de la empresa para implementar proyectos de mejora.
- Se cuenta con toda una red de computación que se extiende a todos los Procesos de producción de la planta de Producción.
- Se tiene toda una infraestructura idónea para implementar un buen plan de comunicación que mejore las relaciones de producción a nivel comunicacional.
- Existen carteleras de información en todas las áreas, que pueden reorientarse para mejorar la comunicación a todo nivel.

1.5.2. Oportunidades

Todas las oportunidades que contribuyan a mejorar la comunicación en Planta de Producción, determinan un papel importante en la mejora continua, por ejemplo:

- Si se implementa un buen plan de comunicación se puede minimizar los riesgos en la producción.
- Se cuenta con un sistema de gestión de calidad, Certificados en Iso 9001-2008 que genera una buena oportunidad de penetración en mercados internacionales altamente exigentes que en donde la comunicación juega un rol importante.

- La comunicación al día de hoy juega un papel importante que a veces las empresas pasan por desapercibida, siendo esta aquella que muy bien puede contribuir a mejorar los estándares en la producción con un mínimo riesgo.

1.5.3. Debilidades

Algunas de las debilidades con las que actualmente se cuenta, es esa falta de una buena comunicación efectiva que permita contrarrestar:

- Fallas en los procesos de producción por falta de una buena comunicación genera pérdidas a todo nivel.

- Si no se tiene un buen plan de comunicación en los mandos de producción siempre habrá desgaste en el mando medio y las líneas de operación y empaque de la empresa.

-Todas las posibles Debilidades de la empresa son una oportunidad para la competencia.

1.5.4. Amenazas

Con un mercado tan apetecido, con empresas agresivas, Envases desechables centroamericanos, S.A. se ve en algunos casos afectada pues dada la situación los mercados cada vez se vuelven más exigentes:

- Precios más competitivos y con tendencia hacia la baja.

- La competencia siempre está esperando una oportunidad para su acecho.

- Puede hasta incluso llevar a la pérdida de un cliente insatisfecho por una mala producción producto de un sistema de comunicación mal empleado.

- Condicionantes de mercado que obliga dar un giro total pues esto se ve de manera sensible en las líneas de producción y por ende el capital humano tiene a estar afectado.

- Si no se cuenta con un buen sistema de comunicación bien implementado no se puede tener un mejor esquema en la producción, no habrá un buen ritmo en la producción, esa certeza en la comunicación será la que minimice el riesgo en todas las áreas de producción.

CAPITULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

“Estrategias para mejorar la Comunicación Interna en el Área de Producción de Envases Desechables Centroamericanos, S.A. (Edeca, S.A.), y de sus Procesos de Extrusión Termo formado, Impresión, Inyección, Empaque y Molino”.

2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

Envases Desechables Centroamericanos, Sociedad Anónima, EDECA, S. A.), una compañía 100% guatemalteca inicia su labor en el año 1,992. Ubicada en 14 Calle Final, Interior Finca El Zapote, Zona 2 de la Ciudad de Guatemala, en la fabricación de vasos, envases, platos bandejas y cubiertos plásticos desechables y otros envases para el consumo de los mercados y los más grandes distribuidores de productos lácteos, verduras y bebidas y el consumidor final.

Desde sus inicios solo contaba un personal operativo y administrativo mínimo, pero con el empuje del personal, con adquisición de nuestras tecnologías, la empresa inicia su crecimiento a todo nivel. Desde la ampliación de sus procesos hasta la creación de departamentos, cada uno con funciones específicas.

Para ese entonces como se manifestaba la comunicación, era de una forma verbal y directa del dueño de la empresa hacia sus colaboradores, era él quien coordinaba sus procesos de producción, ya que no contaba ni con Jefe de Producción ni Jefes de Turno, y no se diga Ingeniero de Planta. Los medios de comunicación empleados eran el Cambio de Turno, documento por medio del cual se describía que procesos trabajaban y que personal era el que tenía que laborar, documento escrito por medio de una máquina de escribir mecánica.

Para el año 1995, empieza la ampliación de la empresa y de sus procesos, adquisición de nuevo equipo de producción y de personal. Aun así, la comunicación, aunque sigue siendo escasa siempre se manifiesta de forma verbal directa y escrita. Pero ya cuenta con Jefe de Producción y Jefes de Turno, se divide la producción en dos jornadas laborales de 12 horas de trabajo y se instituye la jornada laboral de 12 horas diurnas y 12 horas nocturnas, mismas que hasta el día hoy se sigue adoptando.

No es sino hasta el año 2,000 cuando se adquiere los primeros equipos de computación, incluyendo un servidor, empieza la era de la computación para la empresa. Al principio 3 computadoras para el servicio, hoy se cuenta con toda una red estructurada. Un promedio de 34 computadoras gobernadas por tres servidores. Se cuenta con servicios de Internet, correo en todas las terminales sistema de captura de la producción en línea y todas las bondades que los sistemas de computación y de programación puede brindar.

Así mismo se tiene toda una red de telefonía, comandada por una planta telefónica sistematizada con PBX multa líneas. Extensiones y números telefónicos directos para cada una de las de los departamentos y asistencias. Recursos que hasta el momento se siguen sin explotar, su grado de utilización es mediano. Es acá donde la comunicación actual juega un papel preponderante.

A la fecha Envases Desechables Centroamericanos, S.A. cuenta con recursos que aún se siguen sin explotar, como lo hemos mencionado, los sistemas de computación, el internet, e-mail, las redes sociales que son buen elemento de comunicación, las carteleras informativas, y todos los medios posibles que se pueden emplear para mejorar el área de producción con un buen sistema de comunicación eficaz.

2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1. Objetivo General

Mejorar la Comunicación Interna en el Área de Producción de Envases Desechables Centroamericanos, S.A. y de sus procesos de Extrusión, Termo formado, Impresión, Inyección, Empaque y Molino.

2.2.2. Objetivos Específicos

-Sistematizar la comunicación en el área de producción de manera que permita solucionar los problemas comunicacionales en las líneas de producción.

-Mejorar los canales de comunicación existentes en el área de producción de Edeca, S.A.

-Hacer que la comunicación juegue un papel preponderante en el área de producción de Edeca, S.A.

-Comunicar de forma efectiva todos los resultados obtenidos durante el proceso de producción en las distintas Áreas de la Planta de Producción.

2.3. PUBLICO OBJETIVO

Grupo Objetivo formado por hombres y mujeres, todos mayores de edad comprendidos entre las edades de:

- Hombres 28 años de edad promedio (Total 30)
- Mujeres 31 años de edad promedio (Total 10)

La escolaridad promedio es hasta Tercero Básico.

- Casados 80%
- Solteros 20%

El promedio general en el tiempo de laborar en la Empresa es de seis (06) años.

Todos son nacidos y ciudadanos guatemaltecos y principalmente residentes en la Zona 18, 6 y 24, así como en las zonas aledañas a zona 18.

El Grupo Objetivo al cual nos dirigimos, utiliza como medio de transporte, en su mayoría motocicleta, ya que le brinda un fácil acceso al lugar de trabajo.

Frecuenta principalmente Centros Comerciales, como, por Ejemplo: Portales Z.18, Centro Comercial Metro Norte y la mayoría convergen principalmente aquellos que se transportan en el sistema articulado público en la Parroquia Z. 6. En su mayoría el núcleo familiar está conformado hasta un máximo de tres hijos.

El principal medio de comunicación que utiliza el Grupo Objetivo es la Telefonía celular. El 100% de su totalidad y principalmente todos acceden a Internet a las Redes Sociales como Facebook, Messenger, WhatsApp y Line. Cabe mencionar que, en pocas ocasiones, puede observarse la Prensa Escrita, más o menos cuatro (04) personas son las que utilizan o son lectores de este medio de comunicación.

2.4. MENSAJE

Comunicar al personal de forma objetiva, desde la Planeación de la Producción, hasta el logro del producto terminado. Haciendo partícipe al personal y este a su vez, se sienta identificado con el departamento al que se pertenece.

Involucrar al personal de forma proactiva, para que de esta manera contribuyan al proceso de producción, garantizando la satisfacción total en ambas vías. Lo que proporcionara mayor seguridad en el desempeño de sus labores y de su puesto de trabajo.

2.5. ESTRATEGIAS

Involucrar al personal, desde los altos mandos, hasta las líneas de operación, por medio de un flujo de información que comunique los principales objetivos de la planificación de la producción. Y que se genere un ambiente laboral en sintonía a la hora de producir. De tal forma, que se reduzca todos los riesgos durante el proceso de producción.

Dentro de las estrategias se pueden citar las siguientes:

A. Generación de un Diagrama de Flujo, que indique la línea de autoridad y forma de comunicación en las diferentes áreas de producción.

B. Reuniones de trabajo o Reuniones Grupales, que servirán como medio de comunicación directa para comunicar los fines de la producción a todo el grupo.

C. Programa de Producción, medio por el cual se comunica en general a todo el grupo de producción todo lo programado para producir durante la semana.

D. Carteleras Corporativas, que servirán como medio de comunicación directa para comunicar los fines de la producción a todo el grupo.

E. Redes Sociales para Comunicación del Grupo de Producción, servirá como medio de comunicación directa para mantener una comunicación eficaz e instantánea.

F. Buzón de Sugerencias, mediante le cuál el personal de producción podrá hacer sus sugerencias de forma libre y anónima con el fin aprovechar sus sugerencias para mejorar las áreas de toda la Planta de Producción.

2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

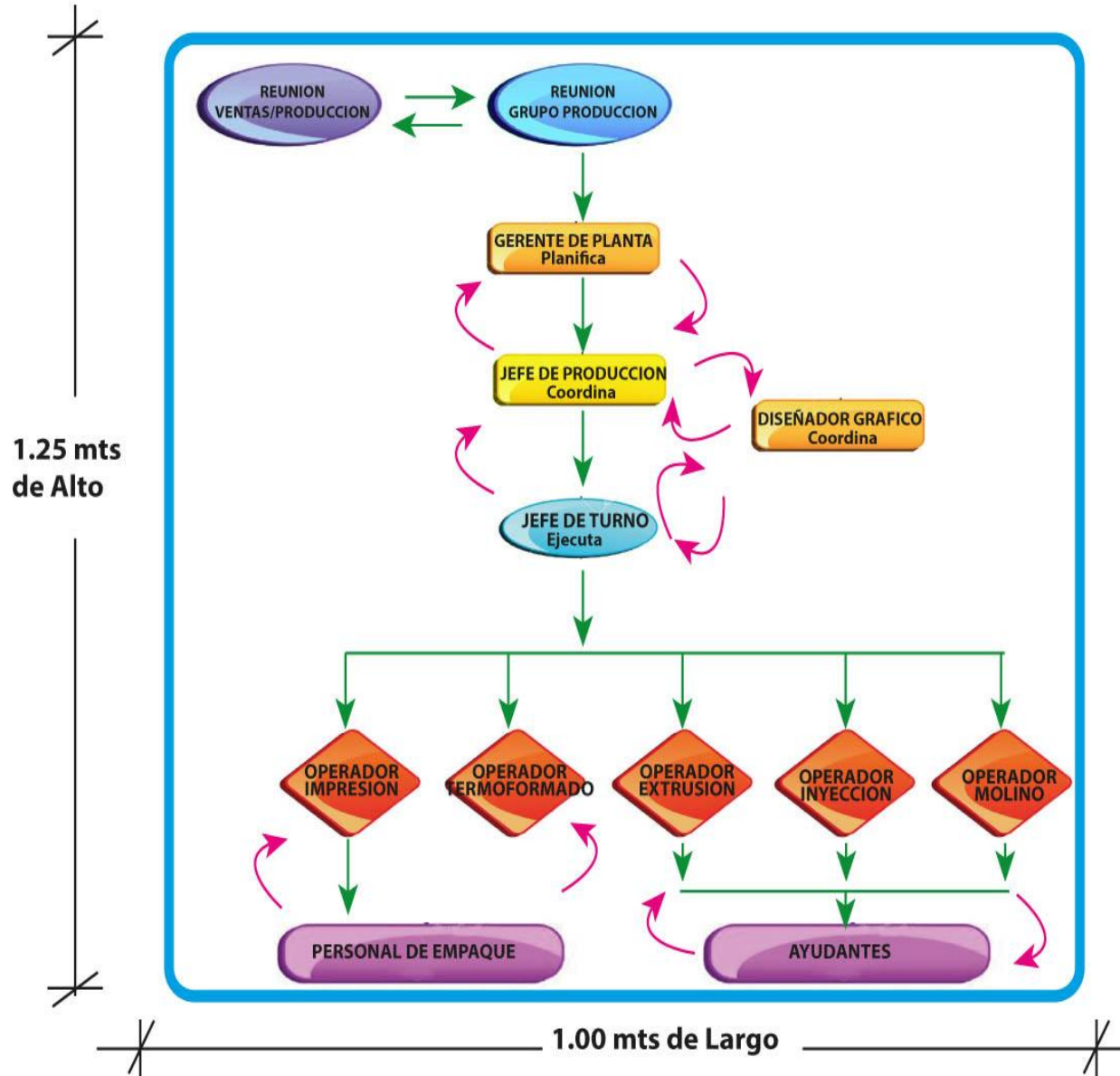
1. Diagrama de Flujo: Información en el que se detalla la forma ideal de comunicación, entre las Jerarquías o Líneas de mando hacia las líneas operativas. Esto con el propósito de respetar la línea de autoridad y evitar la interferencia en la cadena de mando.

Política de Uso:

a) Colocación del Diagrama, estarán a la vista del personal del área de Producción, Impresos en Vinil de 80 cms. de ancho por 100 cms. de alto. Visibles y de fácil Acceso para el personal que lo desee y quiera consultar, el primero colocado en la entrada a planta de producción y el segundo en la entrada al área de inyección del departamento de Producción.

b) Tiempo de Vida, mínimo de seis meses o puede estar determinado por el Gerente de Planta o Jefe de Producción.

DIGRAMA DE FLUJO DE LA INFORMACIÓN Y LINEA DE AUTORIDAD



2. Programa de Producción: Este Programa debe de detallar con claridad las Órdenes a producir en cada uno de los procesos de producción durante la semana. El nuevo diseño del formato debe ser legible y fácil de entender y de acusar.

Políticas de uso:

a) Colocación, será en las carteleras que se colocaran dentro de cada una de las aéreas respectivas de cada departamento.

b) Actualización o Cambio, estará sujeto al departamento de Producción, a través de la secretaria de producción. Cada Programa de Producción deberá estar impreso mínimo en hoja doble carta, papel bond en la impresora Láser Jet 1018 que se encuentra disponible en el departamento de Producción.

e) Tiempo de Vida, este Programa de Producción entrará en vigencia de inmediato y su uso o cambio quedará sujeto a la Gerencia de Planta cuando así lo considere necesario.

PROGRAMAS DE PRODUCCIÓN FORMATO DOBLE CARTA PAPEL BONDO 80 GRAMOS.

PLANIFICACIÓN SEMANAL DE LA PRODUCCIÓN														
MÁQUINA		ORDEN	FECHA DE INGRESO	CÓDIGO EDECANET	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	UNIDADES A PRODUCIR	DISTRIBUCIÓN DE PRODUCCIÓN EN LA SEMANA							TOTAL PRODUCIDO
							LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO	SEMANA (unidades)
							1	2	3	4	5	6	7	
ILLIG 54k				TERMOFORMADO			1	2	1	2	1	2	1	2
GABLER														
HAMER														
INYSIUS SY 650 No. 1 2800 IIII				INYECCIÓN										
INYSIUS SY 650 No. 2 2800 IIII														
DM-45				IMPRESIÓN										
UV-55														
IMANPACK				EMPAQUE										
PAGANI				MOLINO										

Mes:
Semana:
Fecha de Emisión:



Vo. Bo. Produccion (Jefe de Producción/ Gerente de planta)

3. Creación de Cartelera Corporativas de información: Específicamente para cada uno de los procesos de producción. En esta cartelera se colocará exclusivamente los programas de producción concernientes para cada proceso, así como también se comunicarán los resultados de la Producción a todo el personal de Planta.

Políticas de uso:

a) La cartelera es de uso exclusivo de Planta de Producción, y la misma es regida por sus mismos lineamientos.

b) Queda expresamente prohibido el uso de la misma por toda persona ajena a Producción, todo cambio que se realice será informado al Gerente de Producción o en su ausencia al Jefe de Producción.

c) No se permitirá usar la cartelera para otro fin, no deberá de emplearse para comunicar otros aspectos que no tengan relación con los Propósitos del Área de Planta de Producción, ni para uso de otros Departamentos, excepto la Cartelera General que es Administrada por el Departamento de Recursos Humanos de Edeca, S.A. y que también se encuentra en el área de Producción.



4. Reuniones de Trabajo o Reuniones de Grupo: Convocar a reuniones de trabajo, al grupo específico que dirige la Planta de Producción, (Gerente de planta, Jefe de producción, Diseñador Gráfico, Jefe de Turno).

Frecuencia de las Reuniones:

a) El Gerente de Planta, es quien convoca dicha reunión de grupo, con el apoyo de su secretaria de Producción los días jueves de cada semana, a partir de las 15:00 horas.

b) El Jefe de Turno, deberá a su vez reunirse con sus Operadores de los diferentes procesos de producción y cuando así lo amerite con el todo personal todos los días lunes a partir de las 7:00 am. El tema a tratar será todo lo relacionado con el proceso productivo de Envases desechables Centroamericanos, S.A.

c) El resultado de estas reuniones y de los procesos de producción, deben comunicarse a las líneas de operación para asegurar que toda la información llegue a todo el personal de planta de producción.

REUNIONES DE TRABAJO



5. Redes Sociales para comunicación: Se debe gestionar un nuevo servicio de Internet, como una nueva herramienta de producción, ya que, a través de este servicio, pueden crearse Grupos de Cerrados de Comunicación, tales como: WhatsApp y/o Messenger, para mantener mejor comunicación fluida e inmediata. A este grupo de comunicación pertenecerán Gerente de planta, Jefe de producción, Diseñador Gráfico, Jefe de Turno y Operadores de los diferentes procesos de producción. El grupo de Comunicación será Administrado por el Comunicador de la Empresa.

Políticas de uso:

- a) Mandar textos breves y concretos.
- b) Siempre tomar en cuenta que los mensajes deberán ser con respeto.
- c) Todo mensaje que no interese al grupo deberá ser por trasladado por aparte de forma privada.
- d) Todos los mensajes deberán responderse lo más pronto y breve posible.
- e) Si el mensaje a trasladar es demasiado largo, es mejor utilizar el audio (o mensaje de voz).
- e) Tomar en cuenta que los contenidos de los mensajes que allí se difundan serán Principalmente, concernientes al proceso de producción de la empresa, que contribuyan de una u otra forma a la toma inmediata de decisiones.



6. Buzón de sugerencias: Se creará un Buzón de Sugerencias para que el personal de Planta de Producción pueda emitir libremente sugerencias, que contribuyan a mejorar los procesos de producción. La ubicación de éste será al ingreso a la Planta de Producción, a la par del Reloj marcaje donde ingresa el personal.

Políticas de Uso:

- a) Esta información deberá tratarse de forma discreta anónima y profesional.
- b) La administración del Buzón estará a cargo del Departamento de Producción, por medio la secretaria del Área de Producción.
- c) Su revisión o recolección de información será semanalmente y de igual forma su discusión será en la reunión del Departamento.
- d) El tiempo de uso de este recurso puede ser de hasta 6 meses, dependiendo del aporte de la información que con este se genere, o bien queda a discreción de la Gerencia de Planta su uso, posterior a este lapso de tiempo.

BUZÓN DE SUGERENCIAS



7. Cartelera General: En la Cartelera General se deberá comunicar todos los logros alcanzados en el Área de Producción. Puede realizarse a través de gráficos o comunicados varios. La información que aquí se disponga es toda aquella que tenga relación con el Proceso de Producción.

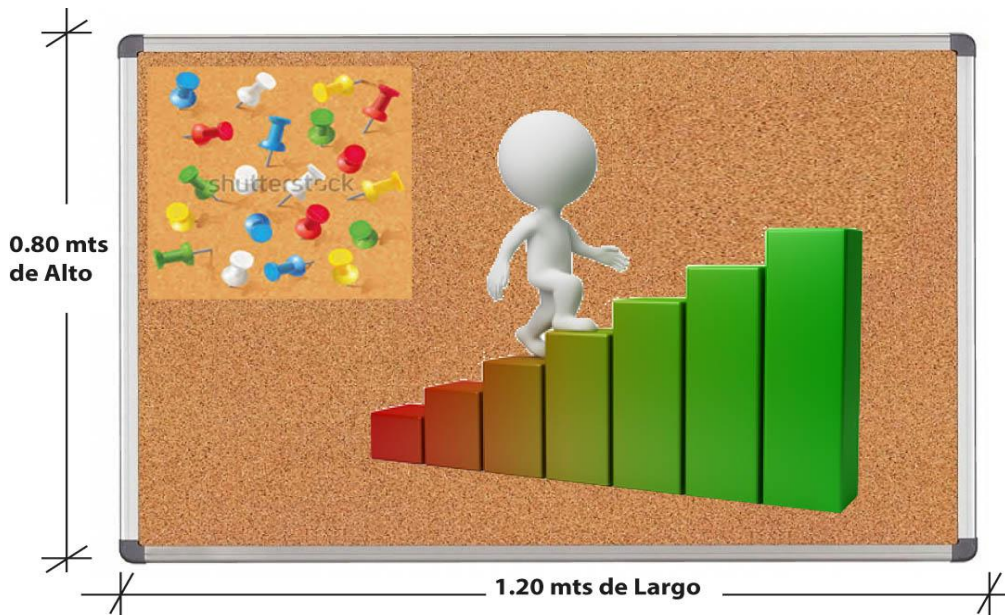
Políticas de uso:

a) La cartelera es de uso exclusivo de Planta de Producción, y la misma es regida por sus mismos lineamientos.

b) Queda expresamente prohibido el uso de la misma por toda persona ajena a Producción.

c) Todo cambio que se realice será informado al Gerente de Producción o en su ausencia al Jefe de Producción.

e) No se permitirá usar la cartelera para otro fin que no sea el de comunicar otros aspectos que no tengan relación con los Propósitos del Área de Planta de Producción, ni para usos de otros Departamentos, excepto la Cartelera General que es Administrada por el Departamento de Recursos Humanos de Edeca, S.A.



CAPITULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. PROYECTO DESARROLLADO

“MEJORAR LA COMUNICACIÓN INTERNA EN EL AREA DE PRODUCCIÓN DE ENVASES DESECHABLES S.A. (EDECA, S.A.) Y DE SUS PROCESOS DE EXTRUSION, TERMOFORMADO, IMPRESION, INYECCION, EMPAQUE Y MOLINO.”

3.1.1. Financiamiento

Todo el Recurso Económico y Financiero para la ejecución del plan de Comunicación fue obtenido por El Departamento Financiero de Envases Desechables Centroamericanos, S.A. (EDECA S.A.).

3.1.2. Presupuesto

PRESUPUESTO				
Canti- dad	Descripción	Unitario	Total	Financia- miento
10.	CARTELERAS DE CORCHO 60cm x 80 cm	Q. 65.00	Q 650.00	Edeca, S.A. Depto. Financiero
1.	CARTELERAS DE CORCHO 80cm. X 1.20 mts.	Q 565.80	Q 565.80	Edeca, S.A. Depto. Financiero
1.	COMPRA DEL NUEVO SERVICIO DE INTERNET MAS IP PUBLICA-Mensual Q.390 minmos 6 meses	Q 390.00	Q 2,340.00	Edeca, S.A. Depto. Financiero
1.	MONTAJE E INSTALACION CABLEADO DE RED	Q 350.00	Q 350.00	Financiado por Epesista
1.	TRENDnet TE100-S16EG SWITCH 16 PUERTOS 10/100 GREENnet	Q 331.00	Q 331.00	Edeca, S.A. Depto. Financiero
1.	TRENDnet TE100-S16EG SWITCH GREENnet 24 PUERTOS 10/100/1000 TEG-S24g	Q 1,324.00	Q 1,324.00	Edeca, S.A. Depto. Financiero
1.	Cable Cat5e bobina 305 mts AGILER	Q 750.00	Q 750.00	Edeca, S.A. Depto. Financiero
4.	ANTENAS DE REPETICION WIRELESS (4 en total) TRENDnet TEW-8822DRE WIFI RANGE EXTENDER AC1200 WiFi	Q 687.00	Q 2,748.00	Edeca, S.A. Depto. Financiero
100.	INTELLINET 502399 CONECTOR RJ45 PARA CABLE UTP CAT5e 3 PUNTAS	Q 1.10	Q 110.00	Edeca, S.A. Depto. Financiero
1.	BUZÓN DE SUGERENCIAS Realización y Colocación	Q 50.00	Q 50.00	Financiado por Epesista
2.	DIAGRAMAS DE FLUJO Y LINEA DE AUTORIDAD Vinil de 0.80 mts de ancho X 1.00 mts de alto	Q 75.00	Q 150.00	Edeca, S.A. Depto. Financiero
11.	Rótulos Impresos en PVC de 55cms x 6cms. para Identificación de Carteleras en Produccion por Proceso	Q 30.00	Q 330.00	Edeca, S.A. Depto. Financiero
1.	SERVICIO DE DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN	Q 1,900.00	Q 1,900.00	Financiado por Epesista
1.	ASESORÍA COMUNICACIONAL	Q 9,500.00	Q 9,500.00	Financiado por Epesista
COSTO TOTAL DE PROYECTO			Q 21,098.80	

FINACIAMIENTO	MONTO
EMPRESA - EDECA, S.A.	Q 9,298.80
EPESISTA	Q 11,800.00
TOTAL	Q 21,098.80

3.1.3. Beneficiarios

Los beneficiados directos con la implementación de este Plan de Comunicación y de sus estrategias has sido todo el personal que involucra la Planta de Producción y sus diversas áreas o Procesos de Producción. Y como beneficiados indirectos son todos los demás departamentos con que cuenta la empresa Envases Desechables Centroamericanos, S.A. (EDECAS, S.A.).

3.1.4. Recursos Humanos

Las personas involucradas durante el desarrollo del proceso de mejora en la comunicación interna fueron:

NOMBRE	PUESTO	ACTIVIDAD
Lic. Oscar Marroquín	Gerente Finaciero	Autorizacion de todos los fondos económicos financieros en que se incurrió.
Guillermo Rivas Gomez	Jefe de Planta de Producción	Autorización de todas las actividades que la Ejecución de la Puesta en marcha del Plan requirió.
Ing. Alejandro Molina	Gerente de Planta	Autorización de todas las actividades que la Ejecución de la Puesta en marcha del Plan requirió.
Israel Boteo Arana	Soporte Técnico	Montaje e Instalación, y cableado.
Mynor Ramirez	Epesista y Diseñador Grafico	Diseño Gráfico, montaje e Instalación, cableado y pruebas, configuración de equipos. Asesoría Comunicacional, etc.

3.1.5. Área Geográfica de Acción

Planta de Producción de Envases Desechables Centroamericanos, S.A. Ubicada en 14 Calle Final, Interior Finca el Zapote Zona 2, Ciudad de Guatemala. Dirigida por Gerente de Planta, Jefe de Producción y Jefes de Turno.

3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

- Fortalecer la comunicación interna en el área de producción desde los altos mandos hasta las líneas de operación, por medio de un flujo de información que comunique los principales objetivos del área de producción.
- Establecer los medios adecuados que generen un buen ambiente laboral, a la vez mantener en constante comunicación a todo el personal y maximizar los tiempos durante el proceso de producción.

Para poner en marcha las estrategias de comunicación se generaron las siguientes acciones:

- **Generación de un Diagrama de Flujo**, que indique la línea de autoridad y forma de comunicación en las diferentes áreas de producción.
- **Reuniones de trabajo o Reuniones Grupales**, que servirán como medio de comunicación directa para comunicar los fines de la producción a todo el grupo.
- **Programas de Producción**, medio por el cual se comunicó en general a todo el grupo de producción todo lo programado para producir durante la semana.
- **Carteleras Corporativas**, que servirán como medio de comunicación directa para comunicar los fines de la producción a todo el grupo.
- **Redes Sociales para Comunicación del Grupo de Producción**, servirá como medio de comunicación directa para mantener una comunicación eficaz e instantánea.

3.2.1. ACCION DE COMUNICACION 1:

Diagrama de Flujo de Procesos y Línea de Autoridad.

Descripción:

Diagrama de Flujo: Información en el que se detalla la forma ideal de comunicación, entre las Jerarquías o Líneas de mando hacia las líneas operativas.

Objetivo:

Respetar la línea de autoridad y evitar la interferencia en la cadena de mando, y por ende en los procesos de Producción.

- a) Colocación del Diagrama, estará a la vista del personal del área de Producción, Impreso en Vinil de 100 cms. de ancho por 1.25 cms de alto. Visible y de fácil Acceso para el personal que lo desee consultar, colocado en la entrada de personal al área de Producción y otro en el área de Inyección.
- b) Tiempo de Vida, mínimo de seis meses o puede estar determinado por el Gerente de Planta o Jefe de Producción.

1). Ingreso a Planta de Producción



Fotografía: Mynor Ramírez. Diagrama de flujo de procesos, instalado en entrada al área de producción de Edeca, S.A. agosto de 2016.

2). Ingreso al Área de Inyección.



Fotografía: Mynor Ramírez. Diagrama de flujo de procesos, instalado en entrada al área de inyección de Edeca, S.A. agosto de 2016.

3.2.2. ACCION DE COMUNICACION 2:

Reuniones de Trabajo y Reuniones de Grupo de Producción.

Reuniones de Trabajo o Reuniones: Convocar a reuniones de trabajo, al grupo específico que dirige la Planta de Producción, (Gerente de planta, Jefe de producción, Diseñador Gráfico, Jefe de Turno), así como también a todo el personal de Producción.

Objetivo:

Hacer que la comunicación fluya a todos los niveles o áreas de producción en donde se transmita todos los relacionados con las activadas en Planta de Producción.

Frecuencia de las Reuniones:

a) El Gerente de Planta, es quien convoca dicha reunión de grupo, con el apoyo de su secretaria de Producción los días jueves de cada semana, a partir de las 15:00 horas.

b) El Jefe de Turno, deberá a su vez reunirse con sus Operadores de los diferentes procesos de producción y cuando así lo amerite con el todo personal todos los días lunes a partir de las 7:00 am. El tema a tratar será todo lo relacionado con el proceso productivo de Envases desechables Centroamericanos, S.A.

c) El resultado de estas reuniones y de los procesos de producción, deben comunicarse a las líneas de operación para asegurar que toda la información llegue a todo el personal de planta de producción

a) Reunión de Grupo de Producción



Fotografía: Mynor Ramírez, reuniones de grupo de trabajo, de Envases Deséchaes Centroamericanos, S.A. agosto de 2016. (De izquierda a derecha, Asistente de Gerencia, Mynor Ramírez, Ing. Alejandro Molina, Guillermo Rivas Y Marvin Bravo).

a) Reunión de Grupo de Producción



Fotografía: Mynor Ramírez, Reunión de Grupo de Trabajo, de Envases Desechables Centroamericanos,S.A. Agosto de 2016. (De izquierda a derecha, Asistente de Gerencia, Ing. Alejandro Molina, Guillermo Rivas y Marvin Bravo).

b) Jefe de Turno I y II, reunión con Grupos de trabajo.



Fotografía: Mynor Ramírez, Reunión de Grupo de trabajo, Turno I de producción de Envases Desechables Centroamericanos, S.A. agosto de 2016.



Fotografía: Mynor Ramírez, Reuniones de grupo de trabajo, Turno II de producción de Envases Desechables Centroamericanos, S.A. agosto de 2016.

3.2.3. ACCION DE COMUNICACION 3:

Programas de Producción.

Programa de Producción: Este Programa debe de detallar con claridad las Órdenes a producir en cada uno de los procesos de producción durante la semana. El nuevo diseño del formato debe ser legible y de fácil acceso.

Objetivo:

Es hacer llegar la información sobre la producción semanal a todo el personal y a todas las áreas de producción.

Políticas de uso:

a) Colocación, será en las carteleras que se colocaran dentro de cada una de las áreas respectivas de cada departamento.

b) Actualización o Cambio, estará sujeto al departamento de Producción y es semanal, a través de la secretaria de producción. Cada Programa de Producción deberá estar impreso mínimo en hoja doble carta, papel bond en la impresora Láser Jet 1018 que se encuentra disponible en el departamento de Producción.

e) Tiempo de Vida, este Programa de Producción entrará en vigencia de inmediato y su actualización es por semana programada en la que se detalla la producción.

MODELO DE PROGRAMA DE PRODUCCIÓN

	PLANIFICACIÓN SEMANAL DE LA PRODUCCIÓN	Código: PR-PL-02	Versión: 2016/1
--	---	------------------	-----------------

Mes: Agosto
 Semana: Del 15 al 22 de Agosto
 Fecha de Emisión: 29/10/2016 10:48

ORDEN	FECHA DE INGRESO	CODIGO DE EDECANET	UNIDADES A PRODUCIR	DISTRIBUCIÓN DE PRODUCCIÓN EN LA SEMANA							TOTAL PRODUCTIVO			
				LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO				
				1	2	1	2	1	2	1		2		
PROCESO DE TERMOFORMADO 54 K - 70 K														
TERMOFORMADORA ILLIG 54 K														
4657	28-Jul	EMV12VE-00	Vaso 12 onzas neón verde pp comercial boca 84 mm. estriado 25 unidades SELLADO bolsa 10											
4657	28-Jul	EMV12NA-00	Vaso 12 onzas neón reanjan pp comercial boca 84 mm. estriado 25 unidades SELLADO bolsa 10											
4661	28-Jul	EMV10C-04	Vaso 10 onzas clarificado pp comercial boca 84 mm. estriado 25 unidades SELLADO bolsa 10											
4661	28-Jul	EMV12C-04	Vaso 12 onzas clarificado pp comercial boca 84 mm. ESTRIADO 25 unidades SELLADO bolsa 10											
4659	28-Jul	EMV12B-00	Vaso 12 onzas blanco ps comercial boca 84 mm. 25 unidades SELLADO bolsa edeca.											
4659	28-Jul	EMV12B-01	Vaso 12 onzas blanco ps comercial boca 84 mm. 15 unidades SELLADO bolsa edeca.											
4637	22-Jul	EMTA16CL-01	Tarro 16 onzas clarificado pp comercial boca 83 mm. 25 unidades SELLADO bolsa tomado.	100,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	1,500,000	
4650	25-Jul	EMV10C-04	Vaso 10 onzas clarificado pp comercial boca 84 mm. estriado 25 unidades SELLADO bolsa 10											
4650	25-Jul	EMV10C-04	Vaso 10 onzas clarificado pp comercial boca 83 mm. 25 unidades SELLADO bolsa 10											
4654	19-Jul	EMTA16CL-01	Tarro 16 onzas clarificado pp comercial boca 83 mm. 25 unidades SELLADO bolsa leis party.											
TERMOFORMADORA ILLIG 70 K														
TERMOFORMADORA GABLER														
4706	12-Ago	TAP84B-03	Tapadera 84 mm. blanca ps comercial termoformada perforada (larido de 1000)							40,000	120,000	120,000	100,000	500,000
4703	09-Ago	TAP75B-04	Tapadera 75 mm. blanca ps industrial comercial termoformada gabler (caja de 5000).											500,000
4704	18-Ago	TAP75CR-05	Tapadera 75 mm. cristal ps industrial comercial termoformada gabler (caja de 5000)											50,000
4709	12-Ago	TAP93NT-00	Tapadera 93 mm. natural ps comercial perforada termoformada.											
TERMOFORMADORA HAMER														
4687	04-Ago	BAN57XN-01	Bandeja 57X31 mm. negra pp comercial											20,000
4685	04-Ago	TAP75B-16	Tapadera 75 mm. blanca ps comercial hamer (larido 1000)											
4685	04-Ago	TAP75B-91	Tapadera 75 mm. blanca ps comercial termoformada hamer (caja 5000 unidades)											
EMPAQUE RENCO														
				11,111,400										

Diferencia (unidades a producir - total producido)	7,041,400
---	-----------

Vo. Bo. Produccion (Jefe de Produccion/ Gerente de Planta)

3.2.4. ACCION DE COMUNICACION 4:

Carteleras de Producción.

Creación de Carteleras Corporativas de información: Específicamente para cada uno de los procesos de producción. En esta cartelera se colocará exclusivamente los programas de producción concernientes para cada proceso.

Objetivo:

Publicar por proceso de producción todo lo que se producirá durante la semana en cada uno de los procesos de la planta de producción.

Políticas de uso:

a) La cartelera es de uso exclusivo de Planta de Producción, y la misma es regida por sus mismos lineamientos.

b) Queda expresamente prohibido el uso de la misma por toda persona ajena a Producción, todo cambio que se realice será informado al Gerente de Producción o en su ausencia al Jefe de Producción.

c) No se permitirá usar la cartelera para otro fin, no deberá de emplearse para comunicar otros aspectos que no tengan relación con los Propósitos del Área de Planta de Producción, ni para uso de otros Departamentos, excepto la Cartelera General que es Administrada por el Departamento de Recursos Humanos de Edeca, S.A. y que también se encuentra en el área de Producción.

MONTAJE DE CARTELERAS EN PLANTA DE PRODUCCIÓN



Fotografía: Mynor Ramírez, Montaje de carteleras para programas de producción de Envases Desechables Centroamericanos, S.A. agosto de 2016.

DIFERENTES VISTAS DE MONTAJE DE CARTELERAS EN PLANTA DE PRODUCCIÓN



Fotografía: Mynor Ramírez, Diferentes vistas del montaje de cartelera para programas de producción en planta de producción de Envases Desechables Centroamericanos, S.A. agosto de 2016.

3.2.5. ACCION DE COMUNICACION 5:

Redes Sociales para Comunicación vía –WhatsApp.

Redes Sociales para comunicación: Con el nuevo servicio de Internet, como herramienta de producción, pueden crearse Grupos de Cerrados de Comunicación, por ejemplo: WhatsApp para mantener una buena comunicación, fluida e inmediata. A este grupo de comunicación pertenecerán Gerente de planta, Jefe de producción, Diseñador Gráfico, Jefe de Turno y Operadores de los diferentes procesos de producción. El grupo de Comunicación será Administrado por el Comunicador de la Empresa.

Objetivo:

Mantener una comunicación efectiva e inmediata y eficaz con el grupo de trabajo.

Políticas de uso:

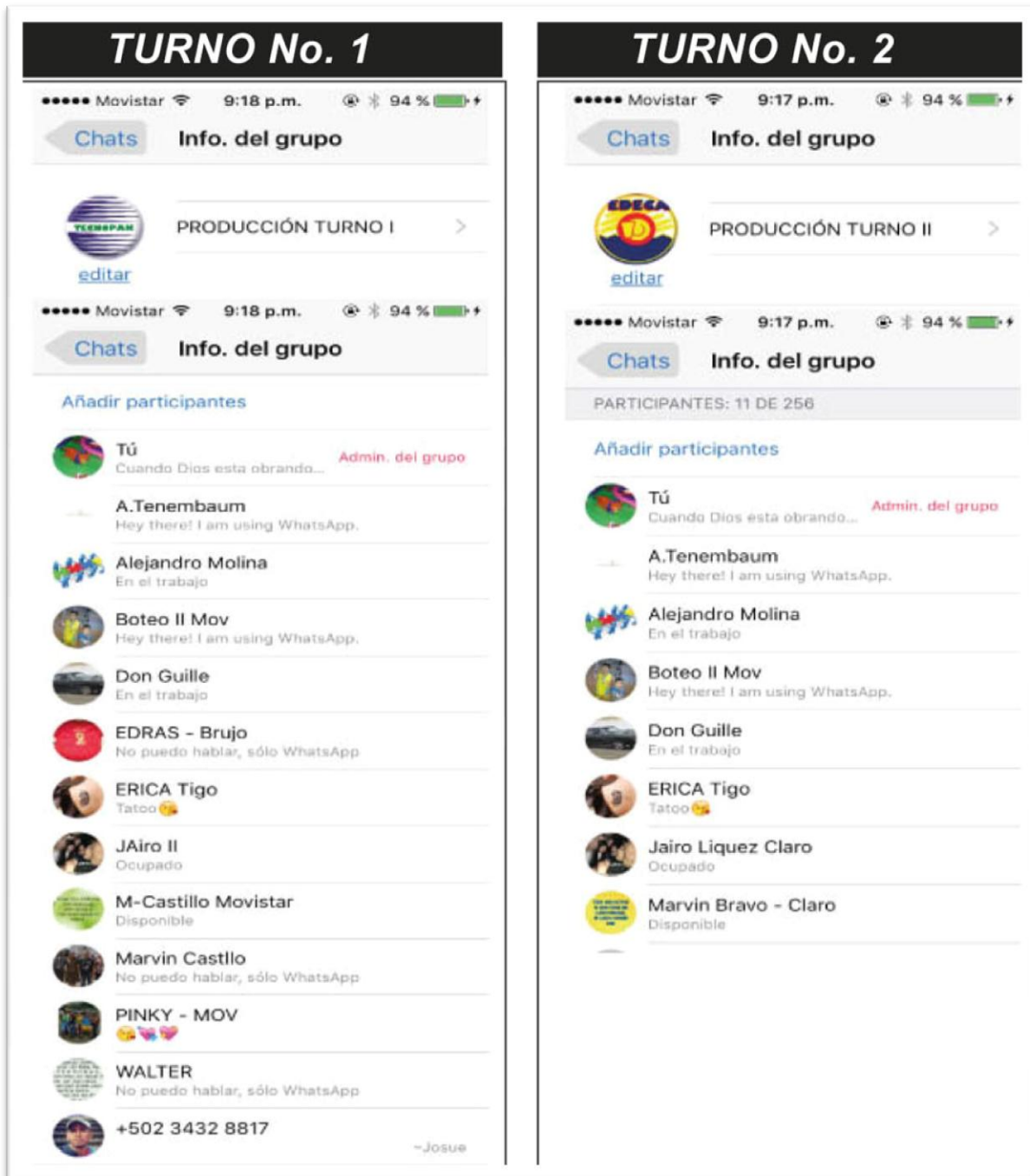
- a) Mandar textos breves y concretos.
- b) Siempre tomar en cuenta que los mensajes deberán ser con respeto.
- c) Todo mensaje que no interese al grupo deberá ser por trasladado por aparte de forma privada.
- d) Todos los mensajes deberán responderse lo más pronto y breve posible.
- f) Si el mensaje a trasladar es demasiado largo, es mejor utilizar el audio (o mensaje de voz).

e) Tomar en cuenta que los contenidos de los mensajes que allí se difundan serán principalmente, concernientes al proceso de producción de la empresa, que contribuyan de una u otra forma a la toma inmediata de decisiones.

SE CUENTAN CON DOS GRUPOS CERRADOS DE COMUNICACIÓN VIA WhatsApp, QUE CORRESPONDEN A LOS DOS TURNOS DE PRODUCCIÓN



Fotografía: Mynor Ramírez, Localización de Antenas wifi y servicio de internet en Envases Desechables Centroamericanos,S.A. agosto de 2016. Instaladas en Área de impresión, Administración y Oficinas de Producción.



Fotografía: Mynor Ramírez, Grupo cerrado de comunicación vía WhatsApp del Grupo de Producción de Envases Desechables Centroamericanos, S.A. Agosto de 2016.

3.2.6. ACCION DE COMUNICACION 6:

Buzón de Sugerencias.

Buzón de sugerencias: Se creará un Buzón de Sugerencias para que el personal de Planta de Producción pueda.

La ubicación de éste será al ingreso a la Planta de Producción, a la par del Reloj marcados donde ingresa el personal.

Objetivo: Que el personal de planta de producción pueda emitir libremente sugerencias que contribuyan a mejorar los procesos de producción.

Políticas de Uso:

- a) Esta información deberá tratarse de forma discreta anónima y profesional.
- b) La administración del Buzón estará a cargo del Departamento de Producción, por medio la secretaria del Área de Producción,
- c) Su revisión o recolección de información será semanalmente y de igual forma su discusión será en las reuniones del Departamento.
- e) El tiempo de uso de este recurso puede ser de hasta 6 meses, dependiendo del aporte de la información que con este se genere, o bien queda a discreción de la Gerencia de Planta su uso, posterior a este lapso de tiempo.



Fotografía: Mynor Ramírez, Fotografía, vistas fotográficas de la instalación de buzón de sugerencias de Envases Desechables Centroamericanos, S.A. agosto de 2016.

3.2.7. ACCION DE COMUNICACION 7:

Cartelera General

Cartelera General: La información que aquí se disponga es toda aquella que tenga relación con el Proceso de Producción.

Objetivo:

Comunicar a todo el personal los logros alcanzados en el Área de Producción. Así como todos aquellos temas que tenga relación con e el ámbito comunicacional.

Políticas de uso:

a) La cartelera es de uso exclusivo de Planta de Producción, y la misma es regida por sus mismos lineamientos.

b) Queda expresamente prohibido el uso de la misma por toda persona ajena a Producción.

c) Todo cambio que se realice será informado al Gerente de Producción o en su ausencia al Jefe de Producción.

d) No se permitirá usar la cartelera para otro fin que no sea el de comunicar otros aspectos que no tengan relación con los Propósitos del Área de Planta de Producción, ni para usos de otros Departamentos, excepto la Cartelera General que es Administrada por el Departamento de Recursos Humanos de Edeca, S.A.

CARTELERA GENERAL



Fotografía: Mynor Ramírez, vista de cartelera general para publicaciones de resultados de planta de producción de Envases Desechables Centroamericanos,S.A. agosto de 2016.

3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES												
No.	ESTRATEGIA DESCRIPCIÓN	MES										
		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO				
		1A. QUINCENA	2da. QUINCENA	1A. QUINCENA	2da. QUINCENA	1A. QUINCENA	2da. QUINCENA	1A. QUINCENA	2da. QUINCENA	1A. QUINCENA	2da. QUINCENA	
01	DISEÑO DE DIAGRAMA DE FLUJO											
02	DISEÑO DE PROGRAMA DE PRODUCCIÓN											
03	COMPRA E INSTALACION DE CARTELERAS											
04	REUNIONES DE TRABAJO											
05	COMPRA E INSTALACIÓN DE SERVICIO DE INTERNET											
06	CREACIÓN DE LOS GRUPOS CERRADOS DE COMUNICACIÓN											
07	REALIZACIÓN DE BUZÓN DE SUGERENCIAS											
08	IMPRESION Y MONTAJE DE DIAGRAMA DE FLUJO											
09	INSTALACION Y CONFIGURACION DE ANTENAS DE WIFI											
10	MONTAJE DE SWICHT Y CABLEADO DE RED											
11	SUPERVISIÓN DE FASES DEL PROYECTO											

3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO (EVALUACIÓN)

ESTRATEGIAS	INDICADORES CUANTITATIVOS	INDICADORES CUALITATIVOS
<p><u>ACCIÓN DE COMUNICACIÓN No. 1</u></p> <p>DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS Y LINEA DE AUTORIDAD.</p>	<p>El 100% del grupo del área de producción ha observado y leído el diagrama de Flujo de Procesos y línea de Autoridad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - El del Grupo del área de producción comprende mejor su puesto de trabajo y la línea de autoridad. -El personal sabe con más certeza a quien es su jefe inmediato. Por ende acude a este cuando así lo amerita. - Se mejoró la comunicación jerarquía en la cadena de mando. Evitando así que las órdenes se den en distintas vías o entorpezcan el proceso.

ESTRATEGIAS	INDICADORES CUANTITATIVOS	INDICADORES CUALITATIVOS
<p><u>ACCIÓN DE COMUNICACIÓN No. 2</u></p> <p>REUNIONES DE TRABAJO Y REUNIONES CON GRUPOS DE PRODUCCIÓN</p>	<p>Se llevan a cabo 4 reuniones Semanales de trabajo por los Grupos de Producción, Turno I y Turno II. Estas reuniones se llevan como con el fin de transmitir toda la información pertinente al área de producción y de sus procesos, de esta manera se trasmite todos los objetivos de trabajo a todas las líneas de operación</p>	<p>-Del resultado de estas reuniones, se comunica de una forma acertada todo aquello que contribuye a mejorar todo lo relacionado con el área de Producción de la Empresa a las distintas aéreas.</p> <p>-De la Reuniones de Trabajo con el Grupo de Producción con el Departamento de Ventas, se recaba toda la información en cuanto a prioridades y necesidades de ventas y esta a su vez se discuten con todos los Jefes del Área de Producción, allí se programa y luego se transmite a todas los procesos de producción.</p> <p>-El Jefe de Turno I y Turno II, a su vez se reúne con su grupo de trabajo y les transmite todo lo que en las reuniones se ha tratado, esto con el fin de mantener en constante comunicación a los diferentes grupos de producción.</p>

ESTRATEGIAS	INDICADORES CUANTITATIVOS	INDICADORES CUALITATIVOS
<p><u>ACCIÓN DE COMUNICACIÓN No. 3</u></p> <p>PROGRAMAS DE PRODUCCIÓN</p>	<p>Tiene una cobertura del 100% de en todos los procesos de producción. Se publica uno por área o proceso dentro de su propia cartelera</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Todo proceso cuenta con su propio programa de producción semanal, de esta forma el involucrado saben sobre qué se debe de producir durante la semana en que se planifica. - Como una herramienta de consulta ha sido bien recibida por el personal, de esta forma todo el personal está informado sobre que se produce en cada una de las diferentes áreas. - Se mejora la parte comunicacional en cuanto a procesos de producción. Entre personal de Planta de Producción y Departamento de Ventas.

ESTRATEGIAS	INDICADORES CUANTITATIVOS	INDICADORES CUALITATIVOS
<p><u>ACCIÓN DE COMUNICACIÓN No. 4.</u></p> <p>CARTELERAS DE PRODUCCIÓN</p>	<p>Su cobertura del 100% hay una cartelera en cada uno de los procesos de producción. Su ubicación es permanente y es para uso exclusivo del área o del proceso.</p>	<p>-Todo proceso cuenta con su propia cartelera, esta es exclusiva para albergar Los Programas de Producción y El personal de la planta de producción se manifiesta satisfecho con la nueva herramienta.</p> <p>- Se ha tomado como un punto de información central pues de esta forma se comunica al personal lo que concierne al proceso de producción por aéreas.</p> <p>- Sirve como medio de información para las jefaturas y operadores, pues en ellas se puede controlar el avance de la producción así también se pueden realizar anotaciones y observaciones que surjan durante el proceso de producción en las distintas áreas.</p>

ESTRATEGIAS	INDICADORES CUANTITATIVOS	INDICADORES CUALITATIVOS
<p><u>ACCIÓN DE COMUNICACIÓN No. 5</u></p> <p>REDES SOCIALES PARA COMUNIACIÓN -WhatsApp-</p>	<p>Su funcionalidad supera las exceptivas luego de ser un grupo reducido se ha ido acrecentado dada la necesidad de comunicación que impera en la planta de producción. Se tiene 100% de cobertura dentro del área.</p>	<p>- Por ser una forma novedosa de comunicación ha sido bien recibida por el grupo, este tipo de comunicación instantánea se considera como una buena herramienta para el grupo de trabajo.</p> <p>-Aunque de inicio se ha restringido el uso de este servicio pues solo se ha dejado activo para las jefaturas del Grupo de Producción dentro de la planta, su cobertura va en aumento y sigue creciendo pues se intentar tener incluidos a los operadores de los diferentes proceso, esto con el fin de tener una comunicación total mediante esta vía.</p> <p>- Con este tipo de comunicación cualquier definición que se tome se transmite de forma inmediata al grupo en general. Con ello se ha logrado minimizar muchos del riesgo que se dan dentro de la planta de producción y de sus diferentes procesos productivos.</p>

ESTRATEGIAS	INDICADORES CUANTITATIVOS	INDICADORES CUALITATIVOS
<p><u>ACCIÓN DE COMUNICACIÓN No. 6</u></p> <p>BUZÓN DE SUGERENCIAS</p>	<p>Su funcionalidad va en crecimiento en la primera semana las sugerencias solo fueron de 4 únicamente, pero para la segunda semana esta se duplico. El grupo aun sigue cohibido en cuando a expresarse por este medio, pero para el mes siguiente se ha recibido un promedio de 45 sugerencias dentro del buzón.</p>	<p>-Aunque es una herramienta que va en crecimiento ha tenido un valor certero, pues sus sugerencias vienen a dar valor al grupo. Y se espera que cobre mayor auge, ya que todo lo que allí se describe se discuta en una de las reuniones de Grupo de trabajo.</p> <p>-Durante el tiempo que lleva de funcionar para la Planta de Producción mucha de la información que allí describe el personal ha servido para ir mejorando cada una de los procesos a las cuales se refieren con el fin de dar paso a las necesidades que manifiesta todo el personal que dentro de la planta de producción labora.</p> <p>-Como medio de comunicación y la forma privada de manejo de información ha sido una herramienta que al grupo le permite expresarse sin ningún tipo de temor, siendo abierta la forma de expresión.</p>

ESTRATEGIAS	INDICADORES CUANTITATIVOS	INDICADORES CUALITATIVOS
<p><u>ACCIÓN DE COMUNICACIÓN No. 7</u></p> <p>CARTELERA GENERAL</p>	<p>Aunque las publicaciones se realizan 1 por semana y 4 por mes, esta información es aceptada y bien recibida por el grupo al cual se dirige. Los destinatarios se acercan a leer los informes y de esta manera están consencientes de cómo se van cumpliendo los objetivos de trabajo planteados dentro de cada una de las aéreas de producción.</p>	<p>-Va en aumento ya que el personal constantemente se acerca a leer o consultar todo lo que en la Cartelera General se describe.</p> <p>-El personal sabe realmente en donde se ubica la información necesaria sobre distintas disposiciones tanto de Planta de Producción como de las Diferentes Gerencias de la empresa.</p> <p>-La Cartelera General es bien recibida por el grupo pues en su mayoría de una u otra forma se acerca a consultar lo que allí de despliega. Es un hábito que va en aumento.</p>

CONCLUSIONES

Es este trabajo tan sólo el inicio de todo un proceso que empieza, si nos adentramos dentro del tan diverso y variado campo de la comunicación. La contribución del mismo puede ser tan mínima.

Se pretende con gran interés el que la comunicación con su papel preponderante contribuya a todo un proceso de Producción en sus diversas áreas, tal es el caso para la empresa Envases Desechables Centroamericanos, S.A. (EDECA, S.A.). En donde la comunicación es tan solo el inicio. Falta mucho por hacer, hay mucho que mejorar, lo importante es continuar.

Vemos acá que se trabajó con el Grupo de Producción, de todas las edades y de ambos sexos, gente emprendedora algunos con algún bajo nivel de escolaridad, pero con es ímpetu de hacer bien las cosas. Gente que guía y bien comunicada logra con éxito el realizar sus actividades diarias.

Es allí donde la comunicación contribuye en todo momento para facilitar sus actividades objeto principal de este trabajo. Mejorar la comunicación en todos los procesos de producción. Las acciones emprendidas comienzan a dar sus frutos, hay que continuar con cada una de ellas, afinarlas y/o mejorarlas, pero se debe de continuar. Algunas de las Acciones emprendidas han superado las expectativas otras van en cremento. Lo importante es el buen recibimiento que se tuvo por parte del grupo en estudio y al cual se desplego. Y principalmente del aporte que generaron encaminadas a mejorar el buen ambiente laboral, los índices de fallas para la organización van de decrecimiento y es por la forma de comunicar al grupo todo lo relacionado con fines y metas. El personal en Edeca, S.A. hoy en día está mejor comunicado y es bueno. la Comunicación está funcionando. Y debe de continuar.

RECOMENDACIONES

Si bien es cierto es un estudio ya con algunos resultados satisfactorios obtenidos, es importante hacer las siguientes recomendaciones para seguir cosechando aspectos positivos que están en pro de la mejora comunicacional de Edeca, S.A.

Seguir atento a las reuniones que se tiene por parte del Grupo de Producción, así como las reuniones que se tienen con los grupos de Trabajo Turno I y Turno I, todos los temas que allí se discuten y se comunican al personal en general apoyan de una u otra manera al buen funcionar de los procesos productivos de la empresa en sí.

Importante, mantener informado al grupo sobre la relaciones y líneas de autoridad a las cuales deben acudir, esto ha mejorado constantemente, las personas se sienten satisfechas pues ahora identifican quien es su jefe inmediato y cuando y como acudir a él.

Los programas de producción, son más legibles se diseñaron de tal forma que ahora cada proceso de producción cuenta con uno específico para cada área, se puede mejorar, pero se debe mantener su estructura y su despliegue, pues la información que allí se maneja es la que se necesita para todo el proceso productivo de Edeca, S. A. Considérese una de las mejores acciones puesta en marcha que vino a subsanar esa falta de comunicación para el grupo sobre y como se debe de iniciar la producción.

La cartelera general es un medio de comunicación para toda la empresa en sí, su administración y conlleva a tener un grupo bien informado. Toda la información que aquí se destina es aquella que importa al grupo. Su puntualidad es la que ha marcado la diferencia, la gente se interesa por estar informada.

GLOSARIO DE TERMINOS

ALIANZA. Una alianza es un acuerdo, convenio o pacto entre dos o más personas, hecha a fin de avanzar objetivos comunes y asegurar intereses en común alianza unidad.

CONCERNIETNE: El termino Concerniente busca cuando es aplicado a hacer una referencia a las relaciones entre dos o más objetos o situaciones de un modo explicativo. La palabra concerniente hace un efecto de alusión, ya que es un adjetivo da paso a lo siguiente, explica de que se trata alguna acción o simplemente explica la razón de algo.

CONVERGENCIA: Unión en un punto de varias líneas o trayectorias. Podemos definir la convergencia tecnológica de dos maneras: una hace referencia a la capacidad de diferentes plataformas de red para transportar servicios o señales similares; la otra se centra en la posibilidad de recibir diversos servicios a través de un mismo dispositivo como el teléfono, la televisión o el ordenador personal

CUALITATIVO: El latín. Esta es la lengua en la que podemos encontrar el origen etimológico del término cualitativo que ahora nos ocupa. Y es que deriva de la palabra latina “qualitativus”, que puede traducirse como “relacionado con la cualidad” y que está conformada por dos partes diferenciadas: El sustantivo “qualitas”, que es sinónimo de “calidad”.

CUANTITATIVO: hasta el latín hay que marcharse, simbólicamente hablando, para poder encontrar el origen etimológico de la palabra cuantitativo que ahora nos ocupa. Deriva de la suma de dos partes claramente diferenciadas: “Quantum”, que significa “cuanto”. El sufijo “-tivo”, que se usa para indicar una relación pasiva o activa.

DIRECTRIZ: Directriz es una norma o una instrucción que se tiene en cuenta para realizar una cosa. También se trata de aquello que fija cómo se producirá algo. Las directrices, por lo tanto, sientan las bases para el desarrollo de una actividad o de un proyecto.

EMPRESAMENTE: Expresarse de manera clara y detallada, con palabras y manifestaciones claras, de propósito para dar a entender el mensaje.

IDEOGRAFIA: Sistema de escritura en el que los signos empleados representan ideas, como el sistema chino o el sistema jeroglífico. Una primera aproximación al concepto de ideográfica parte del campo de investigación científica, se trata de estudios dedicados a la comprensión de las particularidades individuales y únicas de los objetos de estudio.

INTERLOCUTOR: Representan a cada una de las personas que toman parte del dialogo, se puede entender también como la persona que dialoga con otra en situación formal.

LINEAMIENTO: Un lineamiento es una tendencia, una dirección o un rasgo característico de algo, que se persigue como una idea central de la que no se desvía.

METODOLOGIA. hace referencia al camino o al conjunto de procedimientos racionales utilizados para alcanzar el objetivo o la gama de objetivos que rige una investigación científica, una exposición doctrinal o tareas que requieran habilidades, conocimientos o cuidados específicos. Con frecuencia puede definirse la *metodología* como el estudio o elección de un método pertinente o adecuadamente aplicable a determinado objeto.

NOMOTETICA: Se denominan ciencias nomoteticas a aquellas que tienen por objeto las leyes lógicas es decir, las ciencias de la naturaleza, que buscan procesos causales e invariables.

POLIESTIRENO: Materia prima utilizada para la fabricación del producto plástico en definición, el poliestireno (PS) es un polímero termoplástico que se obtiene de la polimerización del estireno monómero. Existen cuatro tipos principales: el PS cristal o GPPS (del inglés: General Purpose Polystyrene), que es transparente, rígido y quebradizo; el poliestireno de alto impacto o HIPS (del inglés: High Impact Polystyrene), resistente al impacto y opaco blanquecino, el poliestireno expandido o EPS (del inglés: Expandable Polystyrene; PSE en francés), muy ligero, y el poliestireno extruido, similar al expandido pero más denso e impermeable.

POLIETILENO: El polietileno (PE) es químicamente el polímero más simple. Se representa con su unidad repetitiva $(\text{CH}_2\text{-CH}_2)_n$. Es uno de los plásticos más comunes debido a su bajo precio y simplicidad en su fabricación, lo que genera una producción de aproximadamente 60 millones de toneladas anuales alrededor del mundo.² Es químicamente inerte. Se obtiene de la polimerización del etileno (de fórmula química $\text{CH}_2=\text{CH}_2$ y llamado eteno por la IUPAC), del que deriva su nombre.

POLIPROPILENO: El polipropileno (PP) es el polímero termoplástico, parcialmente cristalino, que se obtiene de la polimerización del propileno (o proneo). Pertenece al grupo de las poliolefinas y es utilizado en una amplia variedad de aplicaciones que incluyen empaques para alimentos, tejidos, equipo de laboratorio, componentes automotrices y películas transparentes. Tiene gran resistencia contra diversos solventes químicos, así como contra álcalis y ácidos.

PREPONDERANTE: Que prevalece o tiene mayor importación. El adjetivo preponderante se utiliza para calificar a lo que predomina o sobresale entre aquello con lo que se realiza una determinada comparación. El verbo preponderar, por su parte, se refiere a tener más fuerza, impacto, peso o influencia en un cierto contexto.

PROACTIVIDAD: La pro actividad es la actitud en la que la persona asume el pleno control de su conducta vital de modo activo, lo que implica la toma de iniciativa en el desarrollo de acciones creativas y audaces para generar mejoras, haciendo prevalecer la libertad de elección sobre las circunstancias de la vida.

SIMPLICIDAD: Proceso Que está formado por un solo elemento, y no compuesto de varios. Esto lo vuelve más sencillo fácil de entender sin complicaciones.

SISTEMATIZACION: Se denomina sistematización al proceso por el cual se pretende ordenar una serie de elementos, pasos, etapas, etc., con el fin de otorgar jerarquías a los diferentes elementos. Este término se puede asociar a maquinas a procesos industriales o a investigación académica.

WHATSAPP. Es una aplicación de mensajería instantánea, actualmente gratuita, para teléfonos inteligentes, que envía y recibe mensajes mediante Internet, complementando servicios de correo electrónico, mensajería instantánea, servicio de mensajes cortos o sistema de mensajería multimedia.

WIFI. Wifi o Wi-Fi es originalmente una abreviación de la marca comercial Wireless Fidelity, que en inglés significa 'fidelidad sin cables o inalámbrica'. En español, lo aconsejable es escribir wifi sin guion, en minúscula y sin cursivas.

ANTENAS DE REPETICION. Una antena wifi es un elemento pasivo que no ofrece ninguna potencia adicional a la señal. Una antena simple redirige la energía que recibe de la emisora. La reorientación de esta energía tiene el efecto de proporcionar más energía en una dirección específica, y menos energía en el resto de direcciones.

WIRELESS. *Wireless* (inalámbrico o sin cables) es un término usado para describir las telecomunicaciones en las cuales las ondas electromagnéticas (en vez de cables) llevan la señal sobre parte o toda la trayectoria de la comunicación. Algunos dispositivos de monitorización, tales como alarmas, emplean ondas acústicas a frecuencias superiores a la gama de audiencia humana; éstos también se clasifican a veces como wireless.

PROCESO DE EXTRUSION. La extrusión es un proceso utilizado para crear objetos con sección transversal definida y fija. El material se empuja o se extrae a través de un troquel de una sección transversal deseada. Proceso inicial de la fabricación de productos en edeca, S.A.

PROCESO DE TERMO FORMADO. El termo formado es un proceso que consiste en dar forma a una lamina plástica por medio de calor (120 °C a 180 °C) y vacio (600 a 760 mmHG) utilizando un molde o matriz (madera, resina, epoxica o aluminio). Proceso que consiste en calentar una plancha o lamina de semielaborado termoplástico, de forma que al reblandecerse puede adaptarse a la forma de un molde por acción de presión vacio o mediante un contramolde.

PROCESO DE EMPAQUE. El proceso de empaque se describe como el embalaje del producto en sus distintas presentaciones.

PROCESO DE IMPRESIÓN: El proceso de impresión offset o tipo de impresión litográfica implica todas las operación llevadas a cabo en una impresora o por parte de esta que conducen a la transferencia de imágenes a los productos plásticos por medio de un proceso de grabado.

PROCESO DE INYECCION. En ingeniería, el moldeo por inyección es un proceso semicontinuo que consiste en inyectar un polímero, cerámico o un metal en estado fluido en un molde cerrado a presión y frio, a través de un orificio pequeño llamado compuesta.

BIBLIOGRAFÍA

1. Collado, G. 2002, La Comunicación en las Organizaciones. México. Editorial Trillas.
2. Favaro, D. Planificación para la Comunicación Organizacional en Grupos y Organizaciones. Buenos Aires Argentina: Editorial Creas 2006.
3. Goldhaber, 1984, Comunicación Organizacional. México. Editorial D
4. González Alonzo, C. 1990, Principios Básicos de la Comunicación. México. Editorial Trillas
5. Hernández Sampieri. R. Metodología de la Investigación Editorial Mc Graw Hill Interamericana, 4ta. Edición, México D.F.2006
6. Ibarra Martí, F. Metodología de la Investigación Social, Editorial Pueblo y Educación, 1988.
7. K. Berlo, D. 1979, El Proceso de la Comunicación. Buenos Aires. Editorial Ateneo

E-GRAFIA

1. Matriz FODA

<http://www.matrizfoda.com>

2. Metodología de la Investigación

<https://investigar1.files.wordpress.com/2010/05/marco-e-hipotesis-investigacion.pdf>

3. Entrevista

<http://definicion.de/entrevista/>

4. Teoría del Muestreo

<http://www.fao.org/docrep/x5684s/x5684s04.htm>

5. Ilustración de referencia

<https://www.google.com.gt/search?>

ANEXOS

MODELO DE LA ENCUESTA



ENCUESTA SOBRE:
COMO MEJORAR LA COMUNICACIÓN EN EL ÁREA DE PRODUCCIÓN DE ENVASES DESECHABLES CENTROAMERICANOS, S.A. (EDECA, S.A.)

Sírvase atender la entrevista, el objetivo es detectar el estado actual de la comunicación en el área de producción. Dicha información es confidencial y tiene como propósito mejorar la comunicación en el área de Producción de Edeca, S.A. y sus diferentes departamentos de producción.

SEXO: M F EDAD: _____ AÑOS TIEMPO DE LABORAR: _____ Area: _____

1. Valor de la comunicación en edeca, s.a.

Cual es grado de satisfacción de la comunicación en el área de producción y la de sus colaboradores?

EXCELENTE BUENA REGULAR MALA

2. La comunicación con el gerente de producción y jefe de producción es ?

EXCELENTE BUENA REGULAR MALA DEBE DE MEJORAR

3. La comunicación con su jefe inmediato es ?

EXCELENTE BUENA REGULAR MALA DEBE DE MEJORAR

4. Le es comunicado en el momento justo, todo lo concerniente al área de producción y de sus productos

A producir ?

SI NO DE VEZ EN CUANDO :

5. Los lineamientos o instrucciones referentes al área de producción y de sus productos a producir

Son entendibles ?

SI NO DEBE MEJORAR :

6. Existe una programación semanal en producción, es una herramienta de apoyo para su área ?

SI NO DE VEZ EN CUANDO :

7. Esta programación semanal en producción, se respeta o se incumple ?

SI NO DE VEZ EN CUANDO : ES ENTENDIBLE : SI NO

8. Cómo le gustaría mejorar la comunicación en producción ?

REUNIONES DE TRABAJO CHARLA DIRECTA PROGRAMAS DE TRABAJO TELEFONIA CELULAR

9. Qué piensa de los medios sociales de comunicación social, whatsapp, facebook, y messenger
Como herramientas de comunicación en producción ?

10. Algún comentario o sugerencia que ayude a mejorar la comunicación en planta de producción ?

EXCELENTE MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACION...!!!!

MODELO DE LA ENTREVISTA



ENTREVISTA SOBRE:

COMO MEJORAR LA COMUNICACIÓN EN EL ÁREA DE PRODUCCIÓN DE ENVASES DESECHABLES CENTROAMERICANOS, S.A. (EDECA, S.A.)

Sírvase atender la entrevista, el objetivo es detectar el estado actual de la comunicación en el área de producción. Dicha información es confidencial y tiene como propósito mejorar la comunicación en el área de Producción de Edeca, S.A. y sus diferentes departamentos de producción.

SEXO: M F EDAD: _____ AÑOS TIEMPO DE LABORAR: _____ Area: _____

CARGO QUE DESEMPEÑA _____

1. LA COMUNICACIÓN EN EDECA, S.A.

CUÁL ES SU CONCEPTO SOBRE LA COMUNICACIÓN EN EL AREA DE PRODUCCIÓN Y LA DE SUS COLABORADORES?

2. PUEDE MEJORAR LA COMUNICACIÓN Y DE QUE FORMA ?

3. PUEDE EN REALIDAD LA COMUNICACIÓN EFECTIVA CONTRIBUIR A MEJORAR EL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE EDECA Y MEJORAR LAS RELACIONES ENTRE SUS COLABORADORES ?

EXCELENTE MUCHAS GRACIAS POR SU INFORMACION...!!!

FICHA DE REGISTRO DE HORAS DE PRÁCTICA PROFESIONAL SUPERVISADA



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): MYNOR ENRIQUE RAMIREZ DOMINGO
No. De Carné: 9114136
Jefe o Encargado (a): GUILLERMO RIVAS GOMEZ, Jefe de Producción
Institución o Empresa: Envases Desechables Centroamericanos, S.A.
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: 06 / Al: 11	Junio	5	5	5	5	5	5	30 hrs.
2	Del: 13 / Al: 18	Junio	5	5	5	5	5	5	30 hrs.
3	Del: 20 / Al: 25	Junio	5	5	5	5	5	5	30 hrs.
4	Del: 27 / Al: 02	Julio	5	5	5	5	5	5	30 hrs.
5	Del: 04 / Al: 09	Julio	5	5	5	5	5	5	30 hrs.
6	Del: 11 / Al: 16	Julio	5	5	5	5	5	5	30 hrs.
7	Del: 08 / Al: 23	Julio	5	5	5	5	5	5	30 hrs.
8	Del: 25 / Al: 30	Julio	5	5	5	5	5	5	30 hrs.
9	Del: 01 / Al: 06	Agosto	5	5	5	5	5	5	30 hrs.
10	Del: 08 / Al: 13	Agosto	5	5	5	5	5	5	30 hrs.
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									300 Hrs.

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

(f)  
Lic. Fernando Flores – Supervisor EPSL