

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

**“ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LOS  
DEPARTAMENTOS DE AFILIACIÓN, SERVICIO AL CLIENTE, COBROS,  
PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS DE CÁMARA DE COMERCIO DE  
GUATEMALA.”**

**MARTA JEANNETTE BALCARCEL ESTEBAN**

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2016**

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



**“ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LOS  
DEPARTAMENTOS DE AFILIACIÓN, SERVICIO AL CLIENTE, COBROS,  
PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS DE CÁMARA DE COMERCIO DE  
GUATEMALA”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

**MARTA JEANNETTE BALCARCEL ESTEBAN**

Previo a optar el título de:

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Guatemala, Noviembre de 2016.

## **Consejo Directivo**

### **Director**

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

### **Representantes Docentes**

Lic. Mario Campos

Lic. Gustavo Morán

### **Representantes Estudiantiles**

Mario Roberto Barrientos Aldana

Anaite del Rosario Machuca Pérez

### **Representantes de Egresados**

Lic. Michael González Bátres

### **Secretaria Administrativa**

M.Sc. Claudia Molina

### **Coordinador EPS Licenciatura**

Lic. Luis Pedroza Gaytán

### **Supervisores de EPS Licenciatura**

Licda. Sandra Noemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios

Guatemala, 05 de agosto de 2016

Licenciado  
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 epesista **Marta Jeannette Balcarcel Esteban** con número de carné: **9219704** 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 **Mercadeo y Publicidad**, cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **23 de Mayo** al **29 de Julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto: **"Estrategias para Fortalecer la Comunicación Interna de los Departamentos de Afiliación, Servicio al Cliente, Cobros, Publicidad y RRPP"** entregando el material comunicacional respectivo, debidamente recibido por **CAMARA DE COMERCIO DE GUATEMALA**.

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

Atentamente,

  
Licda. Carmen Elena Contreras de Kitson  
Gerente de Relaciones Comerciales y Comunicación  
CAMARA DE COMERCIO DE GUATEMALA

**COMERCIO EXTERIOR**



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

Guatemala 3 de Noviembre de 2016

Estudiante

**Marta Jeannette Balcarcel Esteban**

Carné: **9219704**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

Me complace informarle que he revisado su informe final de EPS de Licenciatura con el título "Estrategias para fortalecer la comunicación interna de los Departamentos de Afiliación, Servicio al cliente, Cobros, Publicidad y Relaciones Públicas de Cámara de Comercio de Guatemala." 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"

Licda. Sandra Hernández  
Supervisora/EPS de Licenciatura



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

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



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

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

## **DEDICATORIAS**

### **ACTO QUE DEDICO:**

#### **A DIOS Y A MI VIRGEN MARÍA:**

Por ser el dueño y creador de mi vida; porque su bendición, fidelidad y gracia, han estado en cada etapa de mi vida, permitiéndome llegar a este momento tan importante y por ser una madre que intercede por mí en todo tiempo.

#### **A MIS PADRES:**

Marta Marina Esteban Ramos y Carlos Enrique Balcarcel Guerra (+)

Sin la unión de su amor, no estaría hoy aquí.

Mamá: Gracias por tu dedicación, entrega y amor en todo momento y por dedicar tu vida a tus hijos, mujer digna de admirar y amar.

Papá: Te rendimos homenaje hoy, porque siempre nos educaste y te preocupas por nosotros y ahora desde el cielo nos sigues protegiendo, soy un ser afortunado.

#### **A MIS HIJOS:**

Ludwing David y Pablo Daniel porque son la fuente y motor de mi inspiración. Gracias hijos míos por iluminarme con la paz de una sonrisa ¡por enseñarme a disfrutar la vida!

#### **A TODA MI FAMILIA:**

Especialmente a mis hermanos: Carlos, Mireya, Enrique, Erick, Ángel y Karla porque unidos somos más fuertes. A todos mis sobrinitos: Con especial cariño por todos los momentos vividos. Se les quiere.

## **AGRADECIMIENTOS**

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

Por haberme brindado la oportunidad de retomar mi carrera y lograr crecer profesionalmente, permitiéndome culminar esta faceta de mi vida.

### **A CAMARA DE COMERCIO DE GUATEMALA.**

Mi agradecimiento especial, por ser parte de mi logro profesional, por permitirme 16 años de trayectoria laboral. A la Licenciada Carmen Elena Contreras por su dedicación y apoyo, finalmente a los colaboradores vinculados a mi proyecto, muchas gracias.

### **A LOS COORDINADORES DE EPS LICENCIATURA:**

Licenciada Sandra Hernández, mi admiración por su guía y apoyo incondicional. Licenciado Luis Pedroza, por creer en mí y por brindarme la oportunidad de culminar una de mis metas en el área Profesional.

### **A MIS AMIGOS:**

A cada uno, ¡Gracias! por sus palabras de ánimo, mismas que permitieron levantarme el ánimo y motivarme. ***Si lo puedes soñar, lo puedes lograr.***

Y, a todos aquellos que de alguna manera han influido en mi vida dejándome grandes enseñanzas, su cariño y su amistad, igualmente mi cariño para ustedes.



## INDICE

RESUMEN .....	I
INTRODUCCIÓN .....	II
JUSTIFICACIÓN .....	III
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>1. DIAGNÓSTICO .....</b>	<b>1</b>
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO .....	1
1.1.1. Objetivos General.....	1
1.1.2. Objetivos Específicos .....	1
1.2. LA INSTITUCIÓN CONSTRUCCIONES DE GUATEMALA .....	2
1.2.1. Ubicación Geográfica .....	2
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas .....	2
1.2.3. Antecedentes o Historia .....	3
1.2.4. Departamentos o Dependencias .....	5
1.2.5. Misión .....	6
1.2.6. Visión .....	6
1.2.7. Objetivos Institucionales.....	7
1.2.8. Público Objetivo .....	8
1.2.9. Organigrama .....	9
1.3. METODOLOGÍA.....	10
1.3.1. Descripción del Método.....	10
1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección.....	11
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico .....	14
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS .....	15
1.4.1. Ficha de las encuestas.....	15
1.4.2. Resultado de las encuestas .....	17
1.4.3. Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre los encuestado.....	18
1.4.4. Gráficas cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas	19
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA.....	24

1.5.1. Fortalezas .....	24
1.5.2. Oportunidades.....	24
1.5.3. Debilidades .....	24
1.5.4. Amenazas .....	24

## **CAPITULO II**

<b>2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....</b>	<b>25</b>
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES .....	26
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN .....	27
2.2.1. Objetivo General .....	27
2.2.2. Objetivos Específicos .....	27
2.3. PÚBLICO OBJETIVO .....	28
2.4. MENSAJE .....	29
2.5. ESTRATEGIAS .....	30
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN .....	31

## **CAPITULO III**

<b>3. INFORME DE EJECUCIÓN.....</b>	<b>32</b>
3.1. PROYECTO DESARROLLADO .....	32
3.1.1. Financiamiento .....	32
3.1.2. Presupuesto .....	33
3.1.3. Beneficiarios.....	34
3.1.4. Recursos humanos .....	34
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción.....	35
3.2. ESTRATEGIA Y ACCIONES DESARROLLADAS .....	36
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....	58
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO (EVALUACIÓN) .....	59

CONCLUSIONES.....	60
RECOMENDACIONES .....	61
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	62

BIBLIOGRAFÍA .....	69
EGRAFÍA.....	70
ANEXOS .....	71
Transcripción completa de las Entrevistas.....	71
Modelo de la Encuesta .....	71
Vaciado de la Encuesta .....	73
OTROS.....	75
Fotografías Visita de Supervisión EPS Licenciatura.....	75
Material de Apoyo EPS Licenciatura.....	76
Fichas de registro de horas .....	79

## **RESUMEN**

### **Nombre de la Institución:**

**CAMARA DE COMERCIO DE GUATEMALA**

### **Nombre del Proyecto:**

“Estrategias para Fortalecer la Comunicación Interna de los Departamento de Afiliación, Servicio al Cliente, Cobros, Publicidad y Relaciones Públicas de Cámara de Comercio de Guatemala”.

### **Objetivos del Proyecto:**

#### **General:**

Implementar nuevas estrategias para fortalecer la comunicación interna de los Departamentos de Afiliación, Servicio al Cliente, Cobros, Publicidad y RRPP de Cámara de Comercio de Guatemala.

#### **Específicos:**

- Fortalecer las debilidades de los departamentos sobre la comunicación
- Establecer mejoras y hacer uso de la comunicación bidireccional para evitar conflictos que dañen el trabajo en equipo.
- Empoderar a los colaboradores de cada departamento, para que lograr el sentido de pertenencia.
- Mejorar el clima laboral de los departamentos involucrados.

#### **Sinopsis del Proyecto:**

Lograr con estrategias y acciones sencillas, el fortalecimiento de la comunicación interna de todas las áreas de trabajo de Cámara de Comercio de Guatemala.

## **INTRODUCCION**

Hoy en día toda Empresa o Institución debe de mantener una buena comunicación interna y externa, que permita facilitar la apertura de oportunidades para el crecimiento de la empresa por medio de la información que ponemos al alcance a todos los afiliados a CAMARA DE COMERCIO DE GUATEMALA. Este proyecto se realizó con la misión de fortalecer la comunicación interna entre los Departamentos de: Afiliación, Servicio al Cliente, Cobros, Publicidad y Relaciones Públicas.

El diagnóstico elaborado para la entidad, permitió determinar respuestas a necesidades, durante el proceso de las encuestas, análisis y observaciones se lograron magníficos resultados como la participación y colaboración, impulsando a fortalecer la comunicación interna y externa.

Para que la comunicación fluya efectivamente se debe hacer uso de todos los medios de comunicación posibles a fin de que las personas involucradas se encuentren informadas de formas claras y sencillas, motivadas e integradas para realizar el trabajo en equipo y alcanzar los objetivos propuestos, así también el logro de la generación de un buen clima laboral.

## JUSTIFICACIÓN

A lo largo del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS), de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, permite orientar y beneficiar el aspecto comunicacional en empresas en el área de comunicación, por medio de los estudiantes epesista. Es por ello que, como parte del estudio y con la aprobación de gerentes de CAMARA DE COMERCIO DE GUATEMALA me dieron la oportunidad de realizar mi EPS.

Durante el proceso del diagnóstico me permitió indagar y conocer a profundo la situación de la comunicación interna entre cinco áreas de trabajo importante dentro de la organización, al desarrollar herramientas que permitieron dar soluciones a los procesos comunicacionales para el beneficio de los departamentos involucrados; se ejecutaron estrategias y acciones que permitieron mejorar el clima laboral enrolando a los colaboradores de cada departamento en el sentido de pertenencia, motivándolos a enriquecer los procesos de comunicación y a utilizar los instrumentos de comunicación directa.

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO**

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

##### **1.1.1. Objetivo General**

Presentar un diagnóstico en el área de comunicación interna de los siguientes departamentos: Afiliación, Servicio al Cliente, Cobros, Publicidad y Relaciones Públicas de **Cámara de Comercio de Guatemala**.

##### **1.1.2. Objetivo Específicos**

- Conocer las funciones de los colaboradores de cada unidad.
- Observar las murallas y la fragilidad de los departamentos.
- Detectar las necesidades que tiene los departamentos de: Afiliación, Servicio al Cliente, Cobros, Publicidad y RRPP.
- Proponer y establecer un plan de comunicación interna entre los departamentos.

## **1.2. LA INSTITUCIÓN**

Cámara de Comercio de Guatemala

### **1.2.1. Ubicación Geográfica**

Edificio central de la entidad está ubicado en: 10ª. Calle 3-80 zona 1

Centro Histórico, Ciudad de Guatemala.

### **1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas**

La Cámara de Comercio tiene alianzas y participación activa e importante en múltiples Organismos e Instituciones, tanto Nacionales como Internacionales.

#### **Representación en Instituciones Nacionales y Comisiones:**

Junta Directiva de INTECAP, Junta Directiva del IRTRA, Junta Directiva COMBEXIM, Junta Directiva de COPEREX, Junta Directiva de CUTRIGUA, Junta Directiva de C.H.N, Junta Directiva de ZOLIC, Consejo de Desarrollo Urbano y Rural, Tribunales de Conciliación y Arbitraje, Consejo Nacional de Promoción de Exportaciones, Comisión Nacional del Salario Mínimo y Comité Coordinador del PACIT.

#### **Representación en Organizaciones Internacionales**

Federación de Cámaras de Comercio Centroamericana (FECAMCO), Asociación Iberoamericana de Cámaras de Comercio ( AICO), Comisión Interamericana de Arbitraje Comercial ( CIAC), Cámaras de Comercio Latinas, CAMACOL, International Chamber of Commerce, CCI, World Chambers Federation y Asociación Internacional de Ferias de América.



### **1.2.3 Antecedentes o Historia**

La Cámara de Comercio de Guatemala se constituyó en Entidad con personalidad jurídica el 26 de febrero de 1894, y ha significado un importante motor en el desarrollo del sector comercial y empresarial guatemalteco. Su amplia trayectoria de 122 años en defensa del comercio y la libertad de empresa, la ha posicionado como la Entidad que mejor representa a sus agremiados y sus objetivos para su desarrollo.

La Cámara de Comercio de Guatemala es una entidad llena de liderazgo desde su fundación. Después de varias gestiones, un grupo de empresarios emprendedores y con visión lograron que el General José María Reina Barrios promulgara el Decreto 493 en el cual la entidad quedó constituida como institución de derecho público.

La historia de la entidad da cuenta de su impecable trayectoria a lo largo de estos ciento veinte dos años, el prestigio del cual está revestida la ha llevado a obtener la representación, cada vez mayor, de empresas dedicadas a las actividades comerciales, financieras y de servicios. Por ello, es reconocida como un importante motor para el desarrollo del sector privado del país, en defensa de la libertad empresarial, lo que la posiciona como la organización empresarial más antigua y con mayor número de afiliados en Guatemala.

A la fecha cuenta con 10 mil afiliados y 37 filiales y gremiales en todo el país. Cada una cuenta con organización interna, juntas directivas e independencia en el manejo de sus recursos. A esto se suman 17 comités gremiales y sectoriales en la Capital. Es por ello, que la Cámara es la única entidad empresarial con representación real a nivel nacional.

## FILIALES Y GREMIALES:

La Cámara de Comercio de Guatemala es la única organización empresarial que cuenta con **Filiales Departamentales** y **Gremiales Municipales** a nivel nacional; esto nos convierte en la Organización empresarial más grande y representativa de todo el país, comprometiéndonos a trabajar en tres objetivos: **REPRESENTAR** a nuestros socios, **DEFENDER** los derechos para velar por la libertad de empresa y **PROMOVER** el comercio y la economía local. Cada una de las Filiales y Gremiales se conforman por Juntas Directivas, quienes se encargan de trabajar y propiciar actividades de formación empresarial, capacitaciones, asesorías técnicas especializadas, ferias y grandes eventos de fortalecimiento institucional, entre otros. Así mismo se cuenta con representación ante entidades gubernamentales y no gubernamentales lo cual tiene como objetivo involucrarse en los temas relacionados al sector empresarial y comercial.

Actualmente la Cámara cuenta con 37 sedes:

<b>FILIALES DEPARTAMENTALES</b>	<b>GREMIALES MUNICIPALES</b>
Alta Verapaz	Barberena
Baja Verapaz	Champerico
Chimaltenango	Chicamán
Chiquimula	Chiquimulilla
Escuintla	Coatepeque
Huehuetenango	Esquipulas
Izabal	Jacaltenango
Jalapa	Los Amates
Jutiapa	Nebaj
Petén	Panajachel
Progreso	Patzún
Quetzaltenango	Playa Grande
Quiché	Ixcán
Retalhuleu	Rabinal
Sacatepéquez	San Pedro
San Marcos	Sacatepéquez
Santa Rosa	Tecún Umán
Sololá	Tiquisate
Suchitepéquez	
Totonicapán	
Zacapa	

#### 1.2.4. Departamentos o Dependencias

Cámara de Comercio de Guatemala es dirigida administrativamente en varios departamentos que hacen cada día más grande la institución:

- Dirección Ejecutiva y Junta Directiva
- Asesoría
- Desarrollo Tecnológico y Negocios
- Administración y Finanzas ( Recursos Humanos y Contabilidad)
- Dirección Comercial de Filiales y Proyectos (Afiliación y Capacitación)
- Salones y Banquetes
- Gerencia General (Cobros, Caja y Cami )
- Servicio al Afiliado
- Gerencia Comercio Exterior y Comunicación ( RRPP)
- Circulo de Mujeres
- Mercadeo y Publicidad (Revista Mundo Comercial y Directorio Empresarial)
- Cafetería
- Mantenimiento.

### 1.2.5. **Misión**

Somos la organización empresarial que lidera la defensa, representación y promoción del Comercio.

### 3.1.6 **Visión**

Ser la organización empresarial a la que todo empresario pertenezca.

#### **Sus Valores**

- Lealtad: Creemos fielmente en nuestros principios institucionales, la libertad de empresa y el estado de derecho.
- Confiabilidad: Cumplimos de manera adecuada y oportuna con todos los compromisos que adquirimos.
- Servicio: Nos preocupamos por satisfacer efectivamente las necesidades de nuestros clientes.

### 1.2.7. **Objetivos Institucionales**

- Representar los intereses generales del comercio y la producción en el país y en el área centroamericana.
- Reunir en su seno a todas aquellas personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras que desarrollen en el país actividades comerciales o relacionadas con el comercio y la producción, cualquiera que sea su capacidad económica.
- Promover con carácter general, las actividades del comercio y defender los intereses legítimos de sus asociados.
- Promover la emisión, reforma derogación y revocatoria de leyes, reglamentos, acuerdos, circulares y disposiciones de la autoridad cuando se estime conveniente para el incremento de defensa del comercio y de la economía nacional.
- Colaborar con los organismos del Estado para el debido cumplimiento de las leyes que se relacionan con el comercio.
- Hacerse representar en los congresos y conferencias nacionales o internacionales, relacionadas con sus actividades, a que fuere invitada y lo considere beneficioso para sus fines.
- Cultivar relaciones con otras cámaras y entidades afines, nacionales o extranjeras.
- Gestionar para que el sector comercial tenga una adecuada representación en los cargos públicos de elección popular, sin participar en actividades políticas partidistas a lo cual la cámara es ajena en lo absoluto.
- Intervenir, a solicitud de sus miembros, en los asuntos que les afecten directamente, como intermediaria entre ellos y las autoridades administrativas.
- Certificar el origen de las mercaderías que se exporten.
- Extender certificaciones y constancias de situaciones que afecten a intereses comerciales.

#### **Fuente.**

Estatutos de la Cámara de Comercio de Guatemala/ estos fueron publicados en el Diario oficial de la República de Guatemala, de fecha 16 de junio 1959

### 1.2.8 **Público Objetivo**

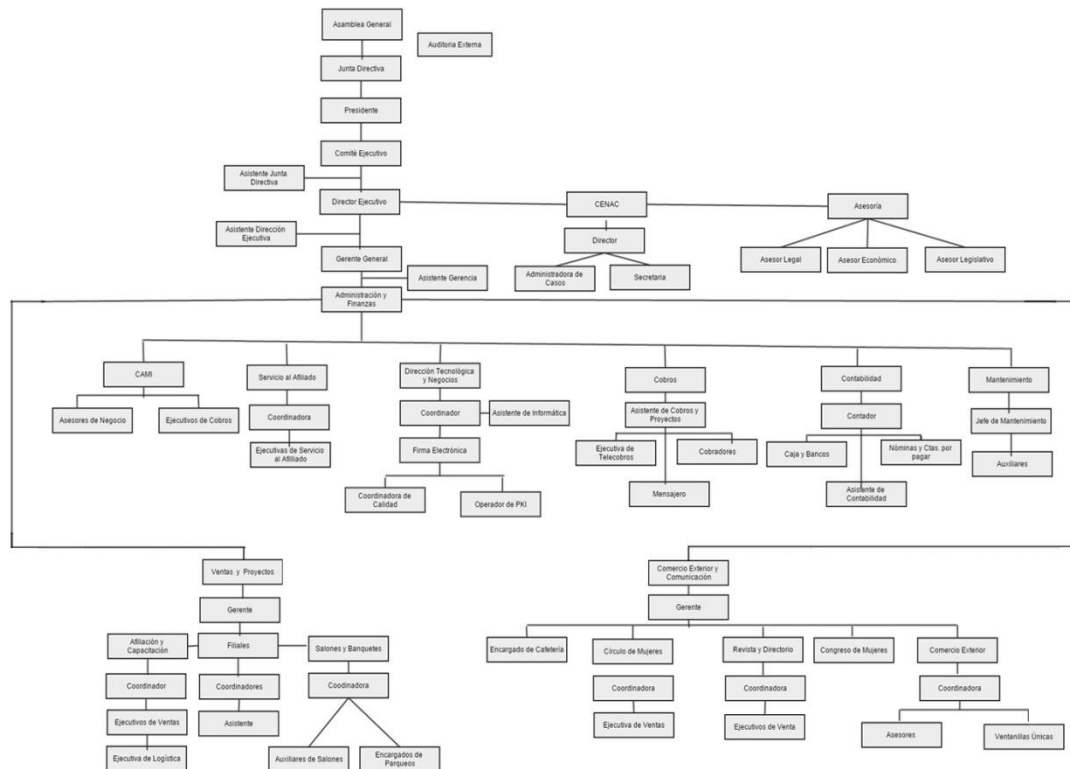
Lograr un número de nuevos socios a la entidad y mantener la calidad en servicios a través de los departamentos afines con Afiliación, Servicio al Afiliado, Cobros, Publicidad y Relaciones Públicas de la **Cámara de Comercio de Guatemala.**

## 1.2.8 Organigrama

# Organigrama General

Cámara de Comercio  
de Guatemala

19



**Fuente:** Organigrama proporcionada por gerencia general y rediseñado por la epesista Jeannette Balcarcel

### **1.3. METODOLOGÍA**

#### **Método Deductivo**

“La deducción va de lo general a lo particular. El método deductivo es aquél que parte de los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir, parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez.

Se puede decir también que el aplicar el resultado de la inducción a casos nuevos es deducción.” (Hernández (Sampieri, 1998)

#### **1.3.1 Descripción del Método**

La metodología a utilizada es la recopilación de información a través de encuestas, observar y dar seguimiento a los departamentos involucrados para el fortalecimiento de la comunicación interna, para lo cual se realizaran reuniones de trabajo. Durante el desarrollo del diagnóstico se utilizaron las siguientes herramientas.



### 1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección.

Para que la investigación sea cuantitativa y cualitativa, se utilizó el método observación; así como también encuestas para medir la comunicación interna y espacio físico – infraestructura.

La razón de utilizar estas herramientas, es conocer el ambiente físico, las características del establecimiento y los instrumentos disponibles en el área de trabajo y procesos administrativos. Al emplear estas técnicas, se conoce superficialmente la organización en su interior y sus alrededores.

Tomando en cuenta la seguridad industrial, y conocer la infraestructura del lugar y posibles rutas de emergencias; para saber si son efectivas y si están el buen estado. Además, conocer si cuenta con señalizaciones visibles y comprensibles.

- Guía de Observación: (De colaborador hacia la Institución).

Esta guía fue utilizada para saber el grado de conocimiento de cada colaborador y sobre su área de trabajo, conocer sus actitudes y acciones de como ejecutan sus tareas diarias, esta herramienta se realizó de forma individual a cada colaborador de acuerdo los 5 departamentos vinculados a la estrategia.

- Encuesta a los equipos de trabajo de 5 departamentos.

Se realizó encuestas con 8 preguntas, para saber cómo está la comunicación interna, la situación actual de la organización para toma de decisiones y orientar a los que conforman el equipo de trabajo. Se evaluaron alternativas priorizadas, para tratar de comparar ventajas y desventajas para prever posibles problemas internos.

Con estos instrumentos, conocimos la forma en que los colaboradores de cada departamento perciben a la institución y el sentido de pertenencia.

Por medio de una serie de preguntas básicas hacia cada ejecutivo, obtuvimos datos que permitieron conocer las barreras y obstáculos de la mala comunicación.

- Análisis de redes de comunicación.

Con las estrategias se analizaron las formas de comunicación entre cada departamento.

Analizamos la estructura de comunicación y su efectividad. Evaluamos como es la comunicación entre cada colaborador, qué grupos o áreas de trabajo existe en cada departamento, qué líder actúa, y los bloqueos que existen entre todos los colaboradores, y que medios utilizan para estar informados.

Durante el proceso de las encuestas se detecto a cada colaborador, manifestando que no realizan reuniones entre todos los departamentos, solo por área de trabajo, que los canales de comunicación son, correos electrónicos y teléfono. Se debe utilizar estrategias que permitan la solución pronta la mala comunicación interna, logrando analizar los siguientes puntos:

- Reuniones en grupo con todos los departamentos
- Reuniones individuales
- Publicaciones internas para que cada ejecutivo este informado sobre todas las actividades de la entidad.
- Formación y capacitación
- Realización de actividades motivacionales
- Espacios de convivencia en armonía
- Mensajes motivacionales frecuentes.
- Acercamiento con gerentes, coordinadores, equipo de ventas y administración.

En conclusión, se logro determinar que el personal involucrado está dispuesto a formar parte del cambio, que unidos con actitudes positivas logran socios y clientes satisfechos.

Durante el proceso de reunión con el personal, todos impresionados, dado que anteriormente dentro de la institución no se desarrollaron estrategias o reuniones que permitieran mejorar la relación laboral en general. Siempre dispuestos a colaborar y a participar.

Adicionalmente los Gerentes de cada área, manifestaron solidaridad y apoyo, para el logro de mi proyecto comunicacional.

### 1.3.3. Cronograma del Diagnóstico

Cronograma del Diagnóstico											
ACTIVIDAD A REALIZAR		Ene			Febrero				Febrero		
No.	Semana	18	19 al 22	27	4	6	07 al 13	14 al 19	22 al 23	23 al 25	25 al 28
1	Reunión de Apertura Oficial EPS Licenciatura	■									
2	Curso Propedéutico EPS Licenciatura		■								
3	Formulario para carta de solicitud de prácticas			■							
4	Entrega de la carta para realizar EPS				■						
5	Observación y Recopilación de la Información					■	■				
6	Análisis y Redacción							■			
7	Encuestas								■		
8	Tabulación de datos									■	
9	Corrección y redacción										■
10	Entrega final de informe del Diagnóstico										■

**Fuente:** Elaborado y diseñado por epesista Jeannette Balcarcel

## 1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

### 1.4.1. Ficha de las encuesta



#### ENCUESTA PARA EL MEJORAMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA ENTRE DEPARTAMENTOS

Nombre	
Estado Civil	
Profesión:	
Puesto actual:	

Sexo:	F	M
Edad:		
Tiempo Laboral		

1. Cómo considera que es la comunicación interna entre los departamentos de: Afiliación, Servicio al Cliente, Cobros, Publicidad y RRPP?

Buena	Regular	Mala

2. Si su respuesta es regular o mala ¿A qué cree que se debe?

- a. Falta de procedimientos claros para ello (reuniones, Capacitaciones, etc.)
- b. Falta de tiempo en general
- c. Otros ( especifique)

Marque


3. A continuación se presentan 5 aspectos de los canales de comunicación Marca con "X" , el medio que utiliza su departamento?

- 1 Reuniones
- 2 Teléfono
- 3 Redes Sociales
- 4 Correo Electrónico
- 5 Comunicación informal

Marque




4. Con las herramientas necesarias de trabajo, planificas las tareas diarias?

Si NO

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

Pones en práctica tus buenos conocimientos, experiencias y habilidades dentro de la Institución?

Si NO

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

6. Qué mejoraría en su departamento? Y que recomienda para lograrlo?

- 1.
- 2.

7. En qué nivel considera que esta la gestión calidad, de servicio a hacia los socios y clientes de la Institución? Califica de 1 a 10:

<input type="text"/>
----------------------

8. Consideras que fortaleciendo la comunicación entre los departamentos, ayudará a ganar de clientes satisfechos?

Si NO

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

#### 1.4.2. Resultados de las encuestas

Se formularon 8 preguntas para los colaboradores de los departamentos de: Afiliación, Servicio al Cliente, Cobros, Publicidad y Relaciones Públicas, el resultado de las encuestas, indican que la comunicación interna entre los departamentos es regular, siendo el 65% del 100%. El 81.3% de los ejecutivos menciona que se deben mejorar los procedimientos y programación reuniones que permita mantener una comunicación laboral fuerte y sólida. Otro de los aspectos fundamentales es la utilización de los canales de comunicación, los cuales han sido pocos utilizados, el 44% utiliza correo electrónico, el otro 31% teléfono, el 19% restante pequeñas reuniones, para finalizar el 6% comunicación informal.

La planificación diaria o semanal de un colaborador es vital dentro de una empresa, esto permite la mejora en la dedicación y responsabilidad de nuestras actividades diarias, el 62% de los encuestados los realizara, pero el 38% no lo ejecuta.

El conocimiento y las buenas habilidades en las funciones diarias, hacen a una institución cada día más fuerte y solida, el 100% de encuestados concuerda que si es vital para el logro de objetivos. La pregunta No.6, los participantes propone el mejoramiento de su departamento, en su mayoría indican que la comunicación interna mejoraría a través de reuniones frecuentes.

El nivel de gestión de calidad en el servicio hacia socios y clientes, el 32% de los participantes calificaron de 0 a 10 con numero No.8, este resultado puede mejorar. El 25% indican el nivel 5 y el 15% califico de nivel 4, lo cual falta mucho por mejorar la atención de servicio al afiliado y clientes. El 100% de los participantes concuerdan que el fortalecimiento y la comunicación interna entre los departamentos de Cámara de Comercio de Guatemala, ayudará a mantener clientes satisfechos y una armonía laboral.

### 1.4.3 Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre los encuestados

No.	Puntos de encuentros	Disensos
1	Los departamentos: Afiliación, Servicio al Cliente, Cobros, Publicidad y RRPP el 32% manifiestan que la comunicación interna es mala y buena el 3%.	La comunicación entre departamentos es vital para la entidad
2	La comunicación es regular entre departamentos, siendo el 65%. Los encuestados manifiesta que la falta de comunicación se debe a que no existe tiempo para reuniones.	Todos deben tener claro que se trabaja por y para una Institución, el fin es lograr los objetivos.
3	Los canales de comunicación entre el equipo de trabajo, en su mayoría son, Correo Electrónico y teléfono	Es importante tener reuniones una vez por semana.
4	La planificación diaria de nuestras actividades es vital, el 62% los ejecutan.	Se debe mejorar una agenda diaria de trabajo para el logro de objetivos
5	El 100% manifiestan que las habilidades y conocimientos de las funciones dentro de la Institución son efectivas entre el grupo de trabajo	100% del equipo de trabajo tiene claro cuáles son sus funciones individuales
6	Cada departamento sabe sus atribuciones y sugiere mejoras en sus áreas de trabajo.	Las opiniones ó sugerencias de los colaboradores permitan la Calidad en la atención al cliente.
7	La gestión de calidad de cada colaborador contribuye a un cliente satisfecho.	32% de los encuestados tiene noción de atención de servicio al cliente, lo cual todos deben de tener claro que se trabaja por y para una Institución.
8	Trabajo en equipo y comunicación efectiva son factores para minimizar errores.	Hace falta más comunicación interna entre departamentos.



#### 1.4.4. Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas.

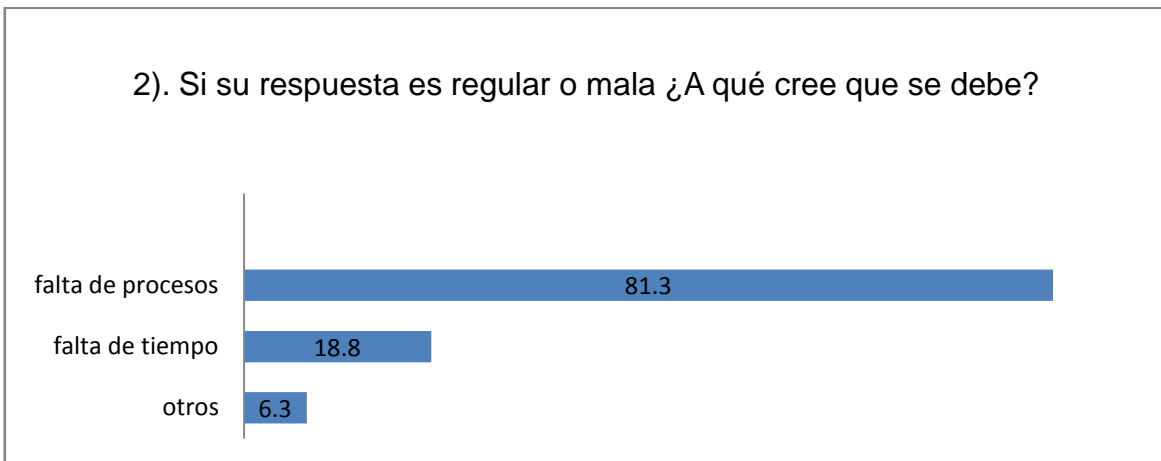
GRAFICA 1



Fuente: Jeannette Balcarcel

Interpretación: La comunicación interna entre los departamentos es regular, siendo el 65% del 100%.

GRAFICA 2

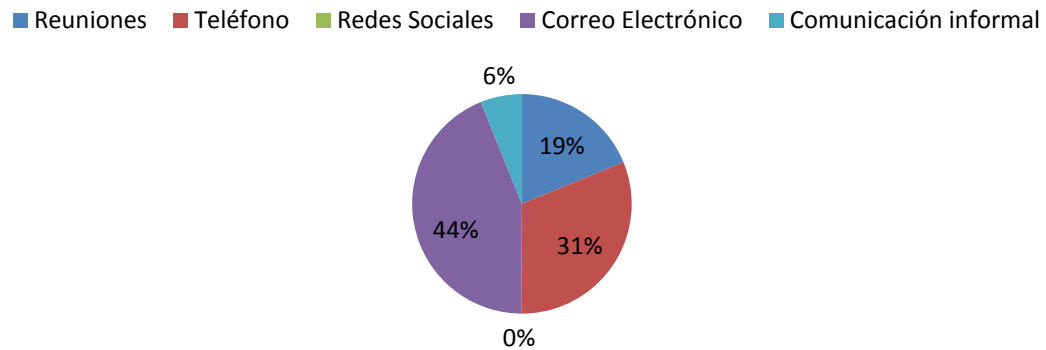


Fuente: Jeannette Balcarcel

Interpretación: El 81.3% de los ejecutivos menciona que se deben mejorar los procedimientos y programación reuniones contantes y capacitación.

GRÁFICA 3

3). A continuación se presentan 5 aspectos de los canales de comunicación, marca con "X", el medio que utiliza su departamento?



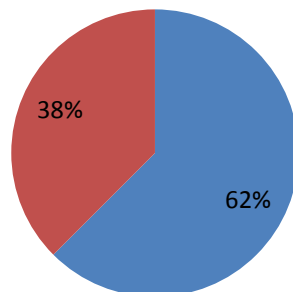
Fuente: Jeannette Balcarcel

**Interpretación:** Los canales de comunicación, han sido pocos utilizados, el 44% utiliza correo electrónico, el otro 31% teléfono.

GRÁFICA 4

4). Con las herramientas necesarias de trabajo, planificas las tareas diarias?

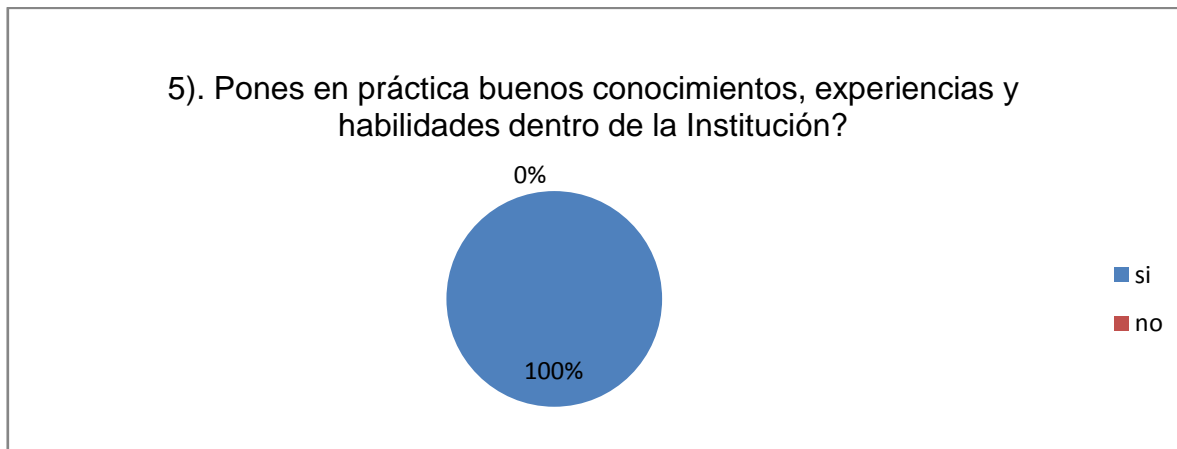
■ si ■ no



Fuente: Jeannette Balcarcel

**Interpretación:** El 62% de los encuestados planifica a diario su actividades, pero el 38% NO

GRÁFICA 5



Fuente: Jeannette Balcarcel

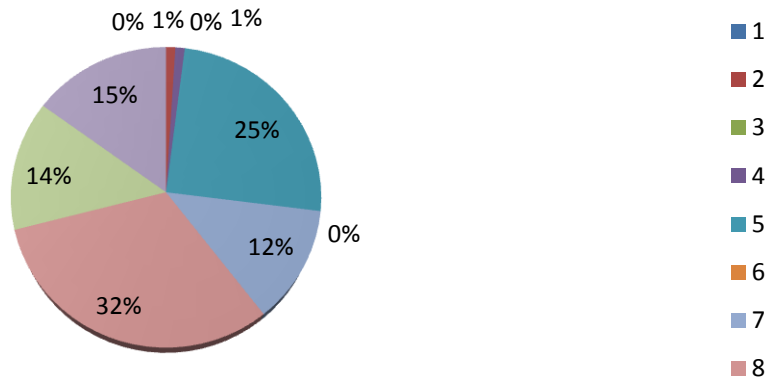
Interpretación: El 100% de encuestados indican que la experiencia es vital para el logro de objetivos.

6). ¿Qué mejoraría en su departamento? y que recomendas para lograrlo?

- Desarrollar actividades para tener más acercamiento con los afiliados
- Mejoraría la comunicación a través de reuniones y comunicados internos informando sobre “X” situación.
- Trabajar de una a dos reuniones al mes para evaluar puntos a mejorar en:
  - Tiempos de Impresión de la Revista, medio de comunicación de la entidad.
  - Capacitaciones de ventas.
  - Mejorar la comunicación interna, y saber de las actividades de cada departamentos para el logro de nuevos afiliados.
  - Una planificación diaria de nuestras actividades.
  - Considero que en mi departamento si existe buena comunicación.
  - Mejorar con el tiempo para cumplir con todo lo solicitado, un planificador en donde nosotros realicemos anotaciones y observaciones.
  - Utilizar las herramientas, que permitan desempeñar el trabajo, no hace falta al día en tecnología para realizar presentaciones de alto nivel.
  - Necesitamos más comunicación con gerentes, coordinadores y asesores.
  - Implementar nuevas herramientas de trabajo para agilizar trámites y brindar un mejor servicio.

GRAFICA 6

7). En qué nivel considera que esta nuestra gestión calidad, de servicio a hacia los socios y clientes de la Institución? Califica de: 1 a 10:



Fuente: Jeannette Balcarcel

**Interpretación:** El 32% de los participantes calificaron de nivel 8, la atención a socios y clientes, pero el 25% califican a nivel 5 y el 15% califico a nivel 4, Se debe mejorar la calidad gestión de servicio al afiliado y clientes.

GRAFICA 7

8). Considera que el fortalecimiento y la comunicación entre los departamentos, ayudará a mantener clientes satisfechos?



Fuente: Jeannette Balcarcel

**Interpretación:** El 100% de los participantes concuerdan que el fortalecimiento y la comunicación interna entre los departamentos, permite clientes satisfechos.

## **Comentarios y/o sugerencias**

- Que el kit de afiliación llegue a más tardar 15 días después de aprobado como socio y no 3 meses después.
- Que no exista egoísmo entre departamentos, porque compartiendo información todos ganamos.
- Unir los departamentos y trabajar en equipo.
- Cada empresario ve, a un ejecutivo de afiliaciones como la cara ante la entidad.
- Es importante enviar un mensaje a todos los socios sobre el recordatorio de servicios y beneficios a socios, esto permitirá incrementar las reactivaciones y clientes satisfechos.
- No hay mejor publicidad que la que se trabaja de boca en boca, si yo realizo un trabajo excelente, ganamos un socio contento y él, se encarga de darnos a conocer con su círculo familiar, empresarial u otros.

## **1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA**

### **1.5.1. Fortalezas**

- Pleno conocimiento del área de trabajo.
- Experiencia y trayectoria.
- Capacitación Constante.

### **1.5.2. Oportunidades**

- Crecimiento y oportunidad de ascender a un puesto de trabajo.
- Mejoramiento de la comunicación entre departamentos de la entidad.

### **1.5.3. Debilidades**

- Falta de comunicación entre departamentos
- Conflicto de Intereses.
- Clima Laboral débil
- Favoritismos
- Rivalidades
- Falta de Procedimientos
- Falta de incentivos económicos

### **1.5.4. Amenazas**

- Rotación del personal
- Escala salarial de acuerdo al puesto de trabajo.
- Frustración y desmotivación
- Zona de confort.

Fuente: <http://comunicacionestrategica2.blogspot.com/2011/08/foda-una-herramienta-para-la.html>

## **CAPÍTULO II**

### **2. PLAN DE COMUNICACIÓN**

“Estrategias para Fortalecer la Comunicación Interna de los Departamentos de: Afiliación, Servicio al Cliente, Cobros, Publicidad y Relaciones Públicas, de Cámara de Comercio de Guatemala”.

## **2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES**

Desde el año de 1,998 los departamentos de Afiliación, Servicio al Afiliado, Cobros, Publicidad y Relaciones Publicas, de la Cámara de Comercio de Guatemala, han trabajado de la mano de la dirección de los gerente de cada área, la comunicación entre los colaboradores es muy carente. En agosto del 2009 la entidad creó un manual de identificación de cada puesto de trabajo, que establece responsabilidades, atribuciones, actividades esenciales, resultados e indicadores.

El departamento de afiliación se encarga de la búsqueda e ingreso de nuevos socios a la entidad. Servicios al Afiliado, responsables de dar ingreso a la papelería de los nuevos socios; así también actualizar base de datos de los socios activos, actualización y solución de problemas, atención constante al afiliado según sus necesidades. El departamento cobros tiene la función de emitir y enviar facturas para el cobro sobre cuotas mensuales ó anuales de los nuevos socios y de los servicios y productos de la entidad, así también crear cursos de capacitación sin costo; para los socios como parte de los beneficios. El área de Publicidad y Mercadeo, responsables de la comercialización, diagramación y distribución de los medios de comunicación: Revista Mundo Comercial, de edición mensual y del Directorio EMPRESARIAL de circulación anual, en donde se publica la base de datos de los socios a nivel nacional. Relaciones Públicas, su gestión es informar y desarrollar actividades coyunturales y empresariales para el beneficio de los socios, así también edita anualmente la memoria de labores de la entidad.



## **2.2. OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN**

### **2.2.1. Objetivo General**

Presentar un plan de comunicación que permita mejorar la comunicación interna entre los departamentos que integran Cámara de Comercio de Guatemala, que contribuyan al fortalecimiento diario de la comunicación.

### **2.2.2. Objetivos Específicos**

- Elaboración de herramientas de comunicación interna, para todo el personal de la entidad; instrumentos que permitan el trabajo en equipo para el logro de metas y objetivos.
- Establecer una comunicación directa y efectiva entre gerentes, coordinadores, equipo de ventas y el personal administrativo.
- Estimular al personal a través de la comunicación y engrandecer un ambiente grato de trabajo y fomentar las buenas relaciones interpersonales.
- **Fortalecer la comunicación interna y externa.**

### **2.3. PÚBLICO OBJETIVO**

Personal interno que labora en los departamentos de: Afiliación, Servicio al Cliente, Cobros, Publicidad y Relaciones Públicas de la Cámara de Comercio de Guatemala, en su mayoría profesionales en los niveles de diversificado y de licenciatura en las ramas de administración de empresas, ciencias de la comunicación, auditores, visitadores médicos, relaciones internacionales y abogados, etc., en su mayoría del sexo femenino, entre las edades comprendidas de 25 a 45 años, casadas y Hombres entre las edades de 27 a 45 años, casados.

Ejecutivos que actualmente tienen de 5 a 15 años de laborar para la Institución en diferentes áreas de trabajo, el cual su trayectoria y experiencia les ha permitido formarse profesionalmente.

## 2.4. MENSAJE

La comunicación efectiva, la productividad y la armonía laboral, tres factores que impulsan el logro de objetivos diarios para la organización, favoreciendo y fortaleciendo al personal de cada departamento que conforman Cámara de Comercio de Guatemala, logrando un sentido de pertenencia, generación de negocios y clientes satisfechos.

### 2.4. La unión permite: Compromiso, Confianza, Comunicación y Armonía, generando trabajo en equipo.

Justificación del mensaje:

Frases motivadoras de Walt Disney.

Una de las cosas que más impulsó Disney a lo largo de su vida y que terminó como una política de empresa, fue el tema de del **trabajo en equipo**, mismo que debe de ser prioridad para cualquier líder en la actualidad.

**Fuente:** <https://www.entrepreneur.com/article/267912>

## 2.5. ESTRATEGÍAS

Fortalecer a través de estrategias la comunicación interna los departamentos de Afiliación, Servicios al Cliente, Cobros, Publicidad y Relaciones Públicas, el cual se realizaran las siguientes herramientas:

- Fortalecer la Comunicación Interna; con el objetivo de motivar al personal.
- Fortalecimiento del clima laboral, a modo de transmitir estrategia de actividades a realizadas.
- Tu Opinión es importante: Implementación de Buzón de Sugerencias.
- Acercamiento para fomentar la comunicación entre gerentes, coordinadores y equipo de ventas, a través del Boletín Interno, con puntos de interés para los 5 departamentos y promover trimestralmente actividades de convivencia entre los colaboradores.
- Convivencia en Armonía, un espacio que permitirá conocer a cada ejecutivo y saber sus necesidades.
- Creación de Fondo de Pantalla Informativa, un ordenador personal para todo el personal de Cámara de Comercio de Guatemala.

## 2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

### 2.6 Ejecución del Plan de **Comunicación**



▲ **Reuniones Semanales**



▲ **Charlas Informativas**



▲ **Boletín Interno CCG**



▲ **Convivencia en Armonía Trimestral**



▲ **Colocación Buzón de Sugerencias**



▲ **Creación de Fondo de Pantalla Informativa**

## **CAPÍTULO III**

### **3. INFORME DE EJECUCIÓN**

#### **3.1. PROYECTO DESARROLADO**

“Estrategias para Fortalecer la Comunicación Interna de los Departamento de Afiliación, Servicio al Cliente, Cobros, Publicidad y Relaciones Públicas de Cámara de Comercio de Guatemala”.

##### **3.1.1 Financiamiento**

El financiamiento para la ejecución del Plan de Comunicación fue patrocinado por el epesista, y la parte de diseño y diagramación del boletín semanal y fondo pantalla informativa fue colaboración del Web Master de la entidad.

Recibí apoyo de empresas y personas quienes me brindaron diversos artículos, para el personal que formo parte del mejoramiento de la comunicación interna de la Cámara de Comercio de Guatemala.

### 3.1.2. Presupuesto.

<b>P R E S U P U E S T O</b>				
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>	<b>Financiamiento</b>
<b>2</b>	Espacio para: Capacitación y Motivación (Coffe Breack	Q400.00	Q800.00	<b>Epesista/Patrocinio</b>
<b>2</b>	Charlas Informativas	Q250.00	Q500.00	<b>Epesista/</b>
<b>1</b>	Reparación y Colocación del actual Buzón de Sugerencia	Q50.00	Q50.00	<b>Epesista</b>
<b>8</b>	Diseño, diagramación y envío de Boletín Informativo	Q150.00	Q1,200.00	<b>Epesista/Patrocinio</b>
<b>2</b>	Convivencia en Armonía TRIMESTRAL ( Coffe Breack)	Q300.00	Q600.00	<b>Epesista</b>
<b>2</b>	Creación de Fondo de Pantalla Informativa	Q200.00	Q400.00	<b>Epesista/Patrocinio</b>
<b>1</b>	Cierre actividades Convivencia en Armonía (Clase de Deportiva)	Q800.00	Q1,000.00	<b>Epesista/Patrocinio</b>
<b>1</b>	Asesoría Comunicacional	Q5,000.00	Q5,000.00	<b>Epesista</b>
	<b>Total Proyecto.....</b>		<b>Q9,550.00</b>	

<b>Financiamiento</b>	<b>Monto</b>
Epesista	Q7,350.00
Cámara de Comercio de Guatemala	Q1,200.00
Patrocinio	Q1,000.00
<b>Total</b>	<b>Q9,550.00</b>

### 3.1.3. Beneficiarios:

Los beneficiarios directos de las estrategias del Plan de Comunicación ejecutado fueron los ejecutivos de los departamentos de: Afiliación, Servicio al Cliente, Cobros, Publicidad y Relaciones Publicas, así mismo se unieron 2 divisiones de trabajo, Relaciones Comerciales y Circulo de Mujeres; quienes formaron parte del mejoramiento de la comunicación.

### 3.1.4. Recursos Humanos:

<b>NOMBRE</b>	<b>PUESTO</b>	<b>ACTIVIDAD</b>
Licda. Carmen Elena Contreras de Kitson	<b>Gerente de Relaciones Comerciales y Comunicación</b>	Asesoramiento y apoyo en el EPS
Wilfredo García	<b>Web Master</b>	Fotografía y Diseño Boletín
Sofía Leal / Milcer López	<b>Salones y Banquetes</b>	Logística y Montaje Eventos
Personal Administrativo	<b>Ejecutivas Servicio Al Afiliado</b>	Apoyo en Buzón Sugerencias
Lic. José Labbé	<b>Instructor de Capacitación</b>	Apoyo Motivacional y Capacitación
Zin. Ingrid Cifuentes	<b>Instructora</b>	Clase Deportiva y Manejo de Estrés
Jeannette Balcarcel	<b>Epesista</b>	Plan de Comunicación realizado



### 3.1.5. Área geográfica de la Acción:

El plan de acción se trabajó para los departamentos Afiliación, Servicio al Afiliado, Cobros, Publicidad y Relaciones Públicas de Cámara de Comercio de Guatemala, el cual es ubicado en la 10ª. Calle 3-80 zona 1, ciudad de Guatemala.



<http://www.aquienguate.com/perfil/camara-de-comercio-de-guatemala>

## **3.2. ESTRATEGIA Y ACCIONES DESARROLLADAS**

### **3.2.1. PRIMERA ESTRATEGIA:**

Fortalecer la Comunicación Interna

➤ **Objetivo comunicacional:**

La constante capacitación y motivación es un factor vital para un equipo de trabajo, esto permitió despertar el interés del sentido de pertenencia, multiplicando los resultados para el bien del cliente interno y externo.

➤ **Descripción:**

Bajo esta estrategia del plan de comunicación, se desarrollaron diversas actividades que permitieron compartir más de cerca y conocer a cada ejecutivo logrando así mejorar la comunicación interna entre departamentos, la capacitaciones son parte de unir esfuerzos entre un grupo de trabajo.

➤ **Acciones:**

a. Acción 1: Capacitación Motivacional / 16-6-2016 / 15 asistentes.

b. Acción 2: Mejoremos la Comunicación / 22-7-2016 / 20 asistentes.



Capacitación y Motivación, Impartido por el Licenciado José Labbé, con el personal de Servicio al Cliente, Cobros, Publicidad y RRPP de la Cámara de Comercio de Guatemala.



Ejecutivos de 5 áreas de trabajo, manifiestan su interés por mejorar la comunicación interna y de cómo utilizar herramientas que permitan trabajar en equipo.



Instructor Mario Labbé, motivando al equipo de ventas, sobre los secretos de los campeones.



Los participantes de los diferentes departamentos y espesita, muestran hoja de apuntes en donde transcriben opiniones sobre la mejora de la comunicación.

### **3.2.2. SEGUNDA ESTRATEGÍA:**

Fortalecimiento del Clima Laboral:

➤ **Objetivo comunicacional:**

Informar a todos los colaboradores involucrados sobre la ejecución del plan de comunicación, que la participación de cada uno es importante para el logro del fortalecimiento de la comunicación interna y externa y de nuestro ambiente de trabajo.

➤ **Descripción:**

La participación de los departamentos de Afiliación, Servicio al Cliente, Cobros, Publicidad y Relaciones Publicas, fue destacada dado que durante la presentación manifestaron apoyo y solidaridad.

➤ **Acciones desarrolladas:**

a. Acción 1. Charla sobre la Ejecución del Plan de Comunicación

26-5-2016 / 20 asistentes.

b. Acción 2. Charla de seguimiento de mi plan comunicación y mensaje como fomentar un ambiente agradable de trabajo.

16-6-2016 / 20 asistentes, más 2 proyectos se unieron.

(Comercio Exterior y Circulo Mujeres).





Charla Informativa sobre la ejecución del plan de comunicación en marcha, impartida por la epesista Jeannette Balcarcel al equipo de ventas de CCG.



Epesista Jeannette Balcarcel en reunión con 5 áreas de trabajo, fomentando un ambiente agradable de trabajo y cómo lograr para mantenerlo.



Gerente de Relaciones Comerciales y epesista compartiendo un espacio con el personal de la entidad sobre desarrollo de las estrategias de comunicación.



Los departamentos de: Servicios al afiliado, Relaciones Comerciales, Publicidad y Cobros confirmando el apoyo con la epesista sobre acciones del fortalecimiento de la comunicación.

### **3.2.3. TERCERA ESTRATEGIA:**

Tú opinión es Importante: Implementación de Buzón de Sugerencia.

➤ **Objetivo comunicacional:**

Buzón de sugerencia, objetivo principal es conocer las opiniones de cada colaborador así también de los visitantes o socios a la entidad, para la mejora de la comunicación interna como externa.

➤ **Descripción:**

Cada sugerencia positiva o negativa, permite poner en práctica el trabajo en equipo basada en la buena comunicación, facilitando la labor diaria, siendo más efectivo el logro de resultados.

➤ **Acciones Desarrolladas:**

a. Acción 1: Colocación buzón de sugerencia (recepción de la entidad)

30-05-2016 / 12 asistentes.

b. Acción 2: Seguimiento del Buzón de Sugerencia.

10-06-2015 / 15 asistentes, más la integración de 2 proyectos:

(Comercio Exterior y Circulo Mujeres).



**Fotografías:**



En recepción de la entidad, el personal de las áreas de: Servicio al cliente, Afiliación, Capacitación, Cobros y Publicidad en colocación de Buzón de Sugerencia y deposito de boleta con opinión.



Ejecutivos de las áreas de: Servicios al afiliado, Capacitación, Cobros, Afiliación y Publicidad, y deposito de boleta en buzón.

### 3.2.4. CUARTA ESTRATEGIA:

Reforzar la Comunicación entre Gerentes, Coordinadores y Equipo de Ventas.

#### ➤ **Objetivo comunicacional:**

El objetivo primordial fue fortalecer la comunicación entre gerentes, coordinadores y equipo de ventas, así también recordar a cada colaborador la vida empresarial de Cámara de Comercio, el portafolio de productos y servicios, misión, visión y valores de la entidad; historias reales y mensajes motivacionales a través de un boletín informativo semanal.

#### ➤ **Descripción:**

Se enviaron 8 boletines comunicacionales a todos el personal de la entidad uno por semana, los contenidos fueron breves y concisos basados en historias de éxito, manejo de comunicación, clima organizacional, mensajes positivos del día, textos motivacionales, fomentando el trabajo en equipo y información de las actividades semanales de la entidad.

#### ➤ **Acciones Desarrolladas:**

- a. Acción 1: Boletín 1 Vida Empresarial CCG 08-6-2016 / 70 lectores
- b. Acción 2: Boletín 2 El Cambio Del Águila 29-6-2016 / 70 lectores
- c. Acción 3: Boletín 3 Bono 14 Cuídalo 06-7-2016 / 70 lectores
- d. Acción 4: Boletín 4 No Te Puedo Esperar 13-7-2016 / 70 lectores
- e. Acción 5: Boletín 5 Historia Trabajo en Equipo 20-7- / 70 lectores
- f. Acción 6: Boletín 6 Sigas las Líneas de Respeto 28-7-/ 70 lectores
- g. Acción 7: Boletín 7 Historia de Guatemala 02-08-2016 70 lectores
- h. Acción 8: Boletín 8 Frases Motivacionales 10-08-2016 70 lectores

# Imágenes:

Imágenes 8 boletines enviados al persona CCG uno por semana:

Diseño y envío del boletín comunicacional, a todos el personal de Camara de Comercio de Guatemala de las acciones del proyecto de estrategia de comunicación interna a cargo de espesista Jeannette Balcarcel.



**Cámara Comercio Guatemala EPS** **BOLETÍN COMUNICACIONAL**  
CAMARA DE COMERCIO DE GUATEMALA

**BOLETÍN No. 3** 08 - JULIO 2016  
**EDUARDO PALACIOS**

Este salario extra no solo tiene un impacto positivo en tu economía personal sino también en la de la nación por igual. Según datos del Banco de Guatemala, el saldo de la emisión monetaria al 18 de junio era de Q29 mil 429.1 millones, cifra que a la fecha podría calcularse en Q29 mil 500 millones. Si se toma en cuenta el aumento de masa monetaria que se registrará entre el 25 de junio al 16 de julio, la misma podría sumar aproximadamente Q30 mil 100 millones.

Y en la economía personal y familiar de los asalariados les inyecta un salario número catorce, pues el aguinaldo representa el salario trece. Es decir, quienes trabajan para alguien más, reciben por ley dos salarios adicionales a los doce que normalmente obtienen en cada uno de los doce meses del año.

El dinero extra de este salario extra llamado bono 14 lo podemos gastar o bien lo podemos invertir, o hacer con él un poco de ambas cosas. Claro que podemos gastarnos una parte de lo que ganamos en comprar todo aquello que nos traiga comodidad e incluso damos gustos para satisfacer deseos que alegran nuestro corazón. Sin embargo, la prudencia y la sensatez nos aconsejan no gastarnos todo pues solo lo que no nos gastemos será la fortuna con la que podremos realizar nuestros planes de vida. Y lo que nos gastemos en este mes será la fortuna que nos hará falta para realizar estos planes.

Algunos proveedores lo guardaran para gastos eventuales o para imprevistos que suelen presentarse en el año, tales como el pago de inscripciones, compra de útiles y uniformes al principio del año escolar, consultas profesionales o servicios del vehículo.

También podrías usarlo para comenzar un negocio. Y si ya tienes casa propia, te podría servir para invertir en otra propiedad de la que puedas obtener alquileres y así disfrutar de ingresos adicionales a tu salario regular.

Por supuesto que lo conveniente antes de pensar cuál de las dos cosas hacer, es estar libre de deudas. Pero si una persona no tiene deudas podrá aprovecharlo para darse gustos, hacer un viaje, o comprar cosas que le traigan comodidad a su vida.

Sin embargo, si lo ahorras y haces lo mismo al recibir tu aguinaldo a final de este año, tendrás dos salarios acumulados en el banco. Y si quisieras llegar a tener otro salario más, entonces aparta cada mes, el diez por ciento de su salario y en diez meses tendrás otro salario completo guardado. De esa manera llegarás a tener al final de cada año tres salarios extras, uno más de los que por ley recibe toda persona asalariada. Eso hará que en poco tiempo dispongas de un buen capital para invertir.

La idea, será la de aprovechar invertirlo en aquello que por el mayor tiempo posible, te traiga el mayor beneficio y a los tuyos, para que tu esfuerzo de trabajo valga la pena. Recordemos que el capital no se hace con el dinero que ganamos y gastamos, sino con el que evitamos gastar pues este es el que queda en nuestra cuenta de banco.

El bono 14 también podrás guardarlo, para contar con un salario completo que te servirá para cubrir tu presupuesto desde el primer día de Agosto sin tener que esperar a recibir tu salario a fin de mes, y al recibir el salario de Agosto, a fin de mes, este te servirá para poder pagar los gastos de Octubre, desde el primer día y así continuar haciéndolo tranquilamente todos los meses del año.

Recuerda que el dinero que no te gastas es el que se queda en tu casa incrementando tu patrimonio. Y el que te gastas es el que sale de tu casa para convertirse en el patrimonio de otras casas. Suma lo que recibes de aguinaldo y de bono catorce y el total multiplícalo por 5 y ese será el capital que tendrás dentro de cinco años sin contar los intereses que habrá de ganar en tu cuenta de ahorro durante ese tiempo.

**EL ÉXITO**  
COMIENZA EN  
**confiar en ti,**  
no desconfiar de ti, y tener en mente que no hay nada imposible.

**INFORMACIÓN**

PROBLEMAS... 23 AÑO 25 ANOS

23 Problemas de salud y bienestar  
27 Problemas de salud y bienestar  
26 Problemas de salud y bienestar  
29 Problemas de salud y bienestar

**IVÁN ZAMORANO**  
CONFERENCIA EN GUATEMALA  
**LA LUCHA DE UN GUERRERO**  
LIVELLES Y MORTALES  
28 18:30  
5 DE AGOSTO 8:00 AM

**III CONGRESO DE EMPRESAS FAMILIARES**  
**¿Casi quieres salvar LA FAMILIA O LA EMPRESA?**  
5 DE AGOSTO 8:00 AM

**NO** PRECUNTES QUE PUEDE HACER POR TI EL EQUIPO. PREGUNTA QUE PUEDES HACER TU POR EL.

**¡HOY Y SIEMPRE CON FE EN GUATEMALA!**

**Cámara Comercio Guatemala EPS** **BOLETÍN COMUNICACIONAL**  
CAMARA DE COMERCIO DE GUATEMALA

**BOLETÍN No. 4** 13 - JULIO 2016  
**NO TE PUDE ESPERAR**

Una vez un hombre muy afortunado había conseguido la mejor entrevista de su vida: iba a entrevistar ni más ni menos que a Dios.

Esa tarde el hombre llegó a su casa dos horas antes, se arregló con sus mejores ropas, lavó su automóvil e inmediatamente salió de su hogar. Manejó por la avenida principal rumbo a su cita, pero en el trayecto cayó un chubascos que produjo un embotellamiento de tránsito y quedó parado. El tiempo transcurría, eran las 7:30 y la cita era a las 8:00 p.m.

Repentinamente le tocaron el cristal de la ventanilla y al voltear vio a un chiquillo de unos nueve años ofreciéndole su cajita llena de chicles (goma de mascar). El hombre sacó algún dinero de su bolsillo y cuando iba a entregar al niño ya no lo encontró. Miró hacia el suelo y ahí estaba, en medio de un ataque de epilepsia.

El hombre abrió la portezuela e introdujo al niño como pudo al automóvil.

Inmediatamente buscó como salir del embotellamiento y lo logró, dirigiéndose al hospital de la Cruz Roja más cercano. Ahí entregó al niño, y después de pedir que lo atendieran de la mejor forma posible, se disculpó con el doctor y salió corriendo para tratar de llegar a su cita con Dios.

Sin embargo, el hombre llegó 10 minutos tarde y Dios ya no estaba. El hombre se ofendió y le reclamó al cielo: "Dios mío, pero tú le diste cuenta, no llegué a tiempo por el niño, no me pudiste esperar. ¿Qué significan 10 minutos para un ser eterno como tú?"

Desconsolado se quedó sentado en su automóvil; de pronto lo deslumbró una luz y vio en ella la cara del niño a quien auxilió. Vestía el mismo suelencito deshilachado, pero ahora tenía el rostro iluminado de bondad.

El hombre, entonces, escuchó en su interior una voz: Hijo mío, no te pude esperar... y salió a tu encuentro.

**Trabajar en equipo divide el trabajo y multiplica los resultados**

**No importa lo fuerte que seamos. Todos en algún momento necesitamos un abrazo.**

**INFORMACIÓN**

PROBLEMAS... 23 AÑO 25 ANOS

23 Problemas de salud y bienestar  
27 Problemas de salud y bienestar  
26 Problemas de salud y bienestar  
29 Problemas de salud y bienestar

**IVÁN ZAMORANO**  
CONFERENCIA EN GUATEMALA  
**LA LUCHA DE UN GUERRERO**  
LIVELLES Y MORTALES  
28 18:30  
5 DE AGOSTO 8:00 AM

**III CONGRESO DE EMPRESAS FAMILIARES**  
**¿Casi quieres salvar LA FAMILIA O LA EMPRESA?**  
5 DE AGOSTO 8:00 AM

**Sigue avanzando,**  
tal vez cada paso es más difícil pero no te detengas.  
La vista allá arriba es hermosa.

**¡Que hoy sea un gran día!**

Boletín con información sobre los eventos de gran escala de CCG y historias reales que motivan a seguir trabajando en equipo, para el bien de la entidad.

**BOLETÍN No. 5**

20 - JULIO - 2016

**EL PADRE Y SUS HIJOS. UNA HISTORIA SOBRE EL TRABAJO EN EQUIPO**



**La historia**

Esta es la historia de un hombre que vivía con sus 6 hijos, veía con pena cómo discutían siempre por todo entre ellos. Incapaz de resolver las disputas, decidió hacer algo que les demostrará los riesgos de su comportamiento, y le pidió a uno de ellos que juntará un montón de varas en el bosque y se lo trajera. Cuando su hijo le trajo el fardo de ramas, junto a sus hijos y les dio una vara a cada uno, dándoles la misma instrucción: "Haz tu mejor intento para romper esta rama que te estoy entregando".

Todos los hijos pudieron completar muy fácilmente esa tarea. Todos sin excepción la rompieron en dos partes. Entonces el padre tomando el fardo restante se los entregó a sus hijos y les pidió que intentarían romperlo sin separar ninguna de las ramas. Cada uno de los hijos lo intentó por separado y ninguno pudo, luego de mucho intentar se dieron por vencidos.

El padre fue al centro de la sala donde estaban, tomó el fardo y les dijo: "Aquí hay una lección para todos ustedes; si esta rama es separada del fardo es fácilmente rota, pero si permanece junto con el resto del fardo, no hay enemigo externo que sea capaz de romperlas. Ustedes ahora son como las ramas sueltas, están divididos y discuten entre ustedes, son fáciles de romper como esas ramas que rompieron en un principio".

**Unidos nos mantenemos. Separados caemos.**

Un espacio de presentación e lluvia ideas.



En equipo brillamos más!!!

**Ventajas**

- Con la utilización de la "Lluvia de ideas" se alcanzan nuevas ideas y soluciones creativas e innovadoras, rompiendo paradigmas establecidos.
- El clima de participación y motivación generado por la "Lluvia de ideas" asegura mayor calidad en las decisiones tomadas por el grupo, más compromiso con la actividad y un sentimiento de responsabilidad compartido por todos.

**INFORMACIÓN**

**PROGRAMA DE LICENCIATURA JULIO 25 AÑOS**

- 23 Program. Marketing Digital
- 27 Program. Técnicas de Negociación con Clientes
- 28 Program. Técnicas de Negociación con Clientes
- 29 Program. Negociación Estratégica con Clientes
- 30 Program. Negociación Estratégica con Clientes

Mayor información al: 2417 2700 Ext. 904

**IVÁN ZAMORANO**  
 ESPERANZA Y LEVEDAD DEL REAL MADRID EN UNO DE SUS MEJORES MOMENTOS

**CONFERENCIA INTERNACIONAL LA LUCHA**

**BOLETÍN No. 6**

28 - JULIO - 2016

Hoy jueves 28 de julio 2016.

Que hoy sea un día PRODUCTIVO, con buena actitud y desempeño, Que logres lo que te propongas.

A continuación les comparto ACCIONES

Pro activo

Respeto y

Responsabilidad

**YO SOY UN SER PROACTIVO**



- 3. Siga las tres R:
- \* Respeto a si mismo
- \* Respeto a los otros
- \* Responsabilidad por todas sus acciones.

**RESPONSABILIDAD**

- La responsabilidad es dar cuenta de nuestros actos.
- Responsabilidad es sinónimo de madurez.
- Las personas deben comprender que responsabilidad conduce a la recompensa, y ésta conduce a mas responsabilidad.
- El liderazgo y la responsabilidad van de la mano y los líderes realmente grandes no eluden sus responsabilidades.



**INFORMACIÓN**

**III CONGRESO DE EMPRESAS FAMILIARES**

¿Qué quieres saber LA FAMILIA O LA EMPRESA?

5 DE AGOSTO | 8:00 AM

COMERCIALES INTERNACIONALES

¡TODOS A LA VEZ! AL 2417 2711

Cámara de Comercio de Guatemala

No es la altura, ni el peso, ni la belleza, ni un título o mucho menos el dinero lo que convierte a una persona en grande. Es su honestidad, su humildad, su decencia, su amabilidad y respeto por los sentimientos e intereses de los demás.

Misericordia Dávila Misericordia Parroquia San Lorenzo de los Ríos

**DEFINE TU CAMINO**

¿CÓMO? CON EL 'EXITO'

5to. y 6to Boletín, enviado a 70 lectores que conforma Camará de Comercio de Guatemala a cargo de Epesista Jeannette Balcarcel.



**HISTORIA DE GUATEMALA**

**15 de Agosto, fiesta patronal de la Virgen de la Asunción en Guatemala**

Esta es una fecha importante en la ciudad de Guatemala, pues se realiza una fiesta en celebración del día de la patrona Virgen María de la Asunción. Esta tradición se ha venido realizando desde antes de la fundación de la nueva ciudad de Guatemala de la Asunción, la cual fue nombrada por el Rey Carlos III en 1776. Luego de 1773 después de que un terremoto destruyera la ciudad de Santiago de los Caballeros.



La capital del Reino de Guatemala, al ser trasladada al valle conocido como de la Ermita o de las Vacas, se dedicó a la Virgen de la Asunción, por lo que el Rey nombro oficialmente a la capital de Guatemala como Nueva Guatemala de la Asunción.

Según personas antiguas se tiene la creencia que la Virgen formaba parte de la población de Jocotenango, Antigua; sin embargo se ha descubierto que procede del asentamiento provisional que nació en la Ermita, actualmente es la Candelaria y la Parroquia Vieja. Dicho lugar estaba dedicado a la Virgen de la Asunción con una imagen que se tenía de Ella. [Ver más](#)

**La Feria de Jocotenango**

La feria es una de las actividades que se hace en honor a la figura de la Virgen, donde se entremezcla el fervor religioso y la diversión, año tras año se celebra durante el mes de agosto, en el Hipódromo, zona 2. También es la fiesta de la ciudad, puesto que bastantes capitalinos de distintas edades participan en su veneración, esta es una costumbre que se trajo de la antigua ciudad.

Elige hoy como quieres sentirte.....



Somos lo que hacemos día a día  
De modo que la excelencia no  
es un acto, sino un hábito.



\*Sabes cual es la diferencia entre la escuela y la vida?  
Que en la escuela primero aprendes una lección y luego te ponen una prueba.  
Y en la vida te mandan la prueba y luego aprendes la lección.\*

La vida te da la oportunidad de escribir, corregir y mejorar tu historia todos los días.  
Se sabio y escribe una buena historia, la tuya!

**INFORMACIÓN**



**Estimados todos: a continuación 3 frases MOTIVADORAS de Coaching y Team Building** INFORMACIÓN

1). El talento gana partidos, pero el equipo y la inteligencia ganan campeonatos.



Esta frase nos encanta porque la dijo Michael Jordan, que a pesar de haberse retirado hace ya varios años hoy día sigue siendo considerado como el mejor jugador de baloncesto de la historia. Ante un talento tan brillante, especialmente en el ámbito deportivo en el que ciertas figuras individuales brillan más, no es raro escuchar que se dicen cosas como «gana partidos él solo». Es cierto que Air Jordan tuvo tardes memorables en las que él anotó casi todos los tantos de su equipo, pero no jugaba solo, jugaba en los Chicago Bulls, un equipo de primera categoría.

Si el talento de Jordan no hubiera llegado a la NBA, nunca habría podido demostrarse en todo su esplendor. Esta frase nos gusta sobre todo porque deja ver una visión estratégica a largo plazo que necesitamos incorporar a las empresas. Es como si dijera: «Tú solo puedes ganar una batalla, pero no la guerra».

2). Reunirse en equipo es el principio. Mantenerse en equipo es el progreso. Trabajar en equipo asegura el éxito.



**EL ESTRÉS femenino**  
11 de agosto  
17:45 Horas  
Link: Clara Fernández  
Crea tu propia marca personal  
NBS - Cámara Comercio Guatemala

**MUNDC**  
**LA DESACELERACIÓN de la economía**  
Bar chart showing economic trends.

**Directorio Empresarial 2016**  
Cámara Comercio Guatemala

**GLORIA CALZADA**  
Crea tu propia marca personal

Recordando historia de Guatemala y frases motivacionales, fue parte del contenido de los boletines 7 y 8, que fueron enviados al personal de la entidad.

### 3.2.5. QUINTA ESTRATEGIA:

Un Espacio de Convivencia en Armonía.

➤ **Objetivo comunicacional:**

Este espacio permitió conocer más a cada uno de los ejecutivos, dado que la comunicación fue más fluida y de confianza.

➤ **Descripción:**

El espacio de convivencia en armonía, nos indicó que debemos dejar a un lado el individualismo, logrando así una mejora en el clima laboral y establecer a diario una comunicación sencilla y de confianza.

➤ **Acciones desarrolladas:**

- a. Acción 1, Convivencia y motivación, en medio de un café.  
9-06-2016. / 20 participantes.
- b. Acción 2, Convivencia, clase Deportiva (Zumba Fitness)  
12-08-2016. / 35 participantes



Epesista realizó de dinámicas para motivar a los ejecutivos de afiliación, servicio al afiliado, Relaciones Comerciales, así también el departamento de mantenimiento de la entidad.



5 Ejecutivas de las áreas de: Circulo de Mujeres, Relaciones Comerciales, Cobros y RRPP, quienes recibieron premio por la búsqueda del logo de EPS y CCG.





Felices ganadoras, epesista y equipo de ventas Cámara de Comercio de Guatemala, dispuestos a mejorar cada día.



Los departamentos de Afiliación, Servicio al Afiliado, Cobros, RRPP, Relaciones Comerciales y Publicidad medio del Coffe Break, lluvias de ideas para mejor el clima laboral.



Bienvenida a las participantes, previa al espacio deportivo, consistente en una clase de zumba brindada por la instructora Zin Ingrid Cifuentes, patrocinada por la epesista Jeannette Balcarcel.



Instructora Ingrid Cifuentes, epesista con el personal femenino recibiendo preparación para la clase de zumba.





Cierre de actividades EPS licenciatura 2016, espacio deportivo, como parte de mi ejecución plan de trabajo Convivencia en Armonía.



Hidratación, agua, jugos y bananos para la clase / Regalos para los participantes de la clase de zumba, brindado por los patrocinadores a la epesista.



Epesista Jeannette Balcarcel entrega regalos a todas las asistentes por participación y como una motivación por su esfuerzo.



Cierre de actividades, Instructora y Epesista con el personal femenino de las aéreas de: Servicios al afiliado, Publicidad, Relaciones Comerciales, Filiales, Gerencia, Círculo de Mujeres y RRPP.

### **3.2.6 SEXTA ESTRATEGIA:**

Fondo de Pantalla Informativa.

➤ **Objetivo comunicación:**

El fondo de pantalla es un ordenador personal, una imagen comunicacional, un fondo grafico que recuerda fechas especiales y mensajes que motivan a diario.

➤ **Descripción:**

Se trabajaron 4 fondos de pantalla, con colores de la imagen y logo de la entidad, acompañados de un mensaje de liderazgo y motivación. Tomando en cuenta los cursos de capacitación semanal y de conferencias internacionales que organiza Cámara de Comercio de Guatemala.

➤ **Acciones desarrolladas:**

a. Acción 1: Primer fondo de pantalla, mensaje Liderazgo & Motivación

02-05-2016 / 70 lectores directos.

c. Acción 2: Calendario de cursos de capacitación para los socios activos.

01-06-2016 / 70 lectores directos.

d. Acción 3: Fechas de Cursos y Conferencia Internacional.

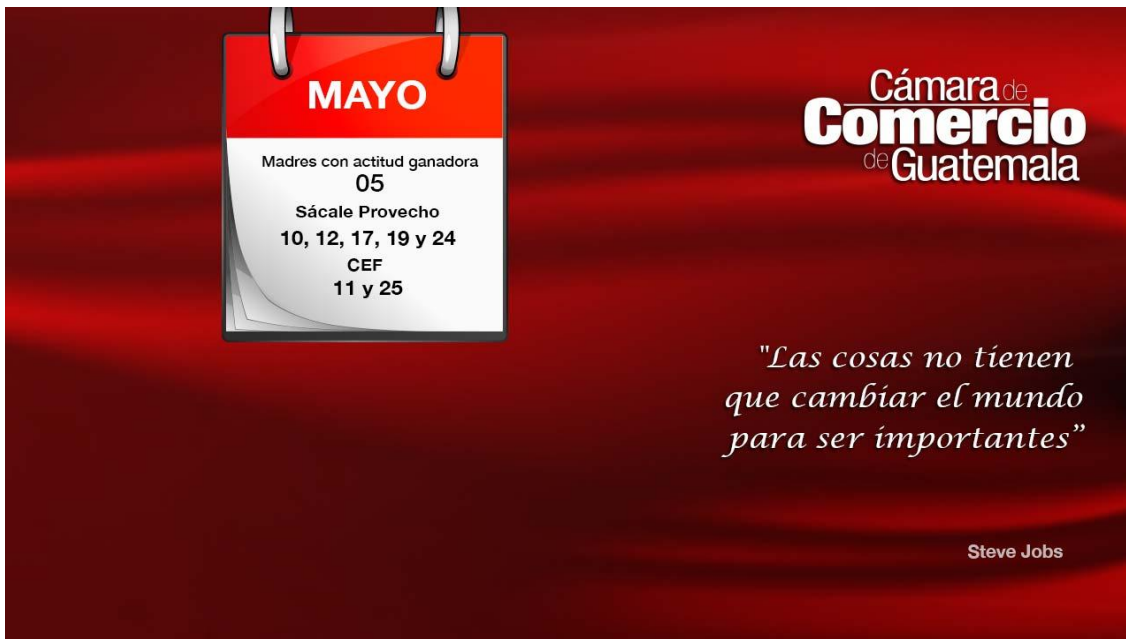
01-07-2016 / 70 lectores directos.

e. Acción 4: Mensajes motivacional Ex Futbolista Iván Zamorano.

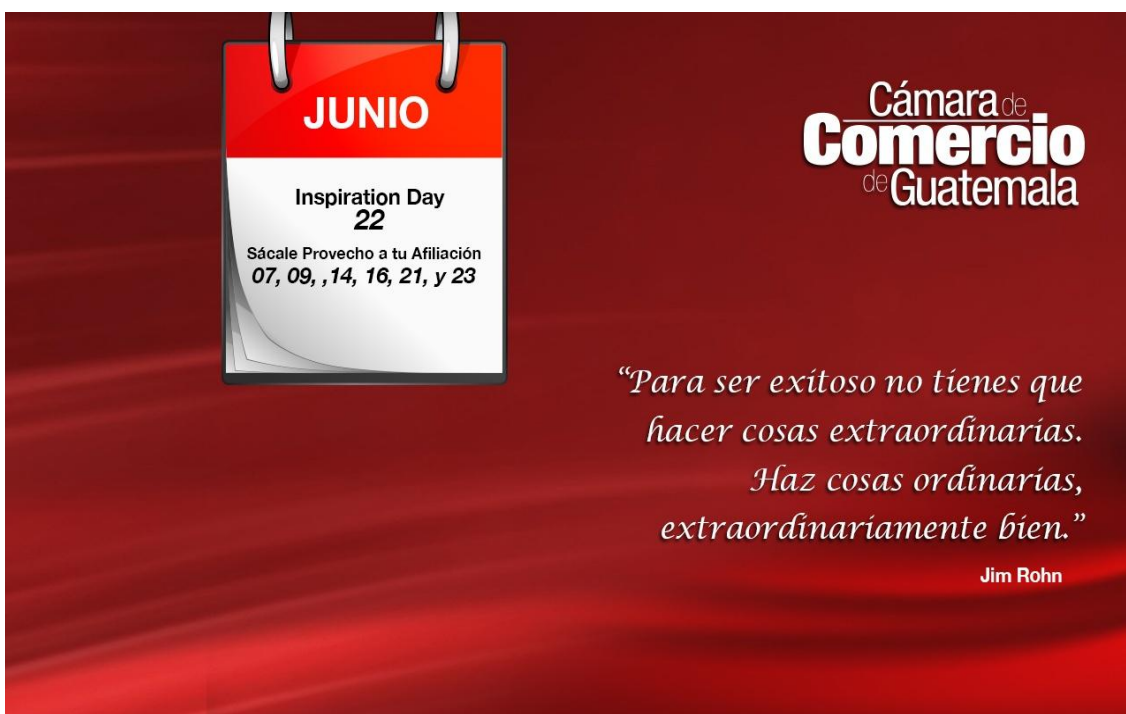
01-08-2016 / 70 lectores directos.



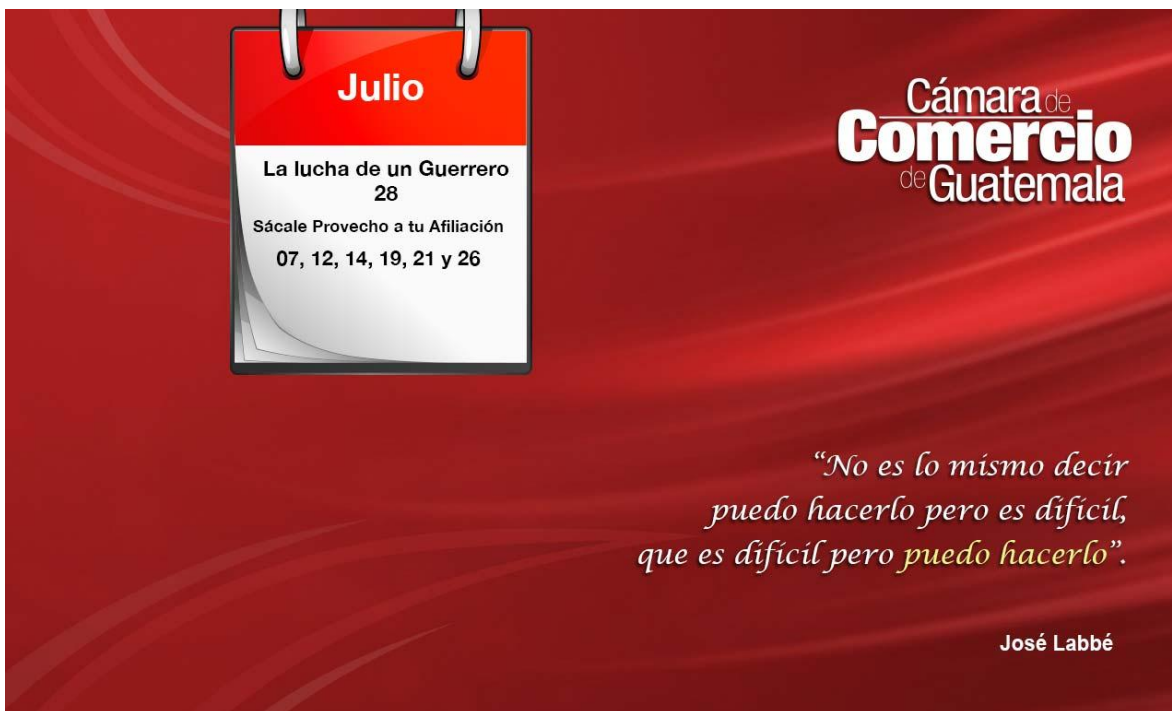
**Imágenes:**



Primer fondo de pantalla para todo el personal de la entidad, a partir de mayo 2016.



70 Pc en el fondo de pantalla que contiene: Calendario de cursos de capacitación y mensajes motivacional.



Calendario de cursos: Sácale Provecho a tu Afiliación y Conferencia Internacional La Lucha de un Guerrero (Liderazgo & Motivación). Fondo de pantalla del mes de julio/2016.



Mensaje motivacional Ex Futbolista internacional Iván Zamorano, fondo de pantalla correspondiente al mes de agosto.

### 3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

#### PLAN DE COMUNICACIÓN

EJECUCION	ACTIVIDADES	May				Jun				Jul				Ago			
		Semana	Semana	Semana	Semana	Semana	Semana	Semana	Semana	Semana	Semana	Semana	Semana	Semana	Semana	Semana	
	<b>SEMANA</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>1</b>	Fortalecer la Comunicación Interna (capacitación)																
<b>2</b>	Fortaleciendo el clima laboral																
<b>3</b>	Tú opinión es importante (Buzón de Sugerencia)																
<b>4</b>	Reforzando la comunicación Gerente, Coordinadores y Personal (Boletín Interno)																
<b>5</b>	Espacios de Convivencia en Armonía (Una refacción y clase deportiva)																
<b>6</b>	Fondo de Pantalla Informativa	<b>1</b>				<b>2</b>				<b>3</b>				<b>4</b>			

Fuente: Diseño y diagramación del cronograma por epesista Jeannette Balcarcel



## 1. CONTROL Y SEGUIMIENTO:

<b>ESTRATEGIAS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>INDICADORES</b>
	<b>CUANTITATIVOS</b>	<b>CUALITATIVOS</b>
Fortalecer la Comunicación Interna	Se convoco a 20 ejecutivos vinculados al plan comunicación, el cual 15 participaron y los 5 no debido a múltiples actividades que la entidad organiza.	Los ejecutivos indicaron que disfrutaron los cursos, que gritos de aliento los motiva mucho y que el trabajo en equipo seguirá siendo un reto.
Fortalecimiento y Mejora del Clima Laboral	Inicialmente 20 Ejecutivos participaron durante las reuniones informativas, las sorpresa fue que otras dos áreas unieron para formar parte del plan comunicación; logrando asistencia de 32 personas.	Se recibieron comentarios buenos de los colaboradores como: Cuenta con nosotros, te apoyaremos, que tenemos que hacer; como aportaremos a tu proyecto, gracias por tomarnos en cuenta, estos otros más que permitieron llevar a cabo mi ejecución del plan comunicacional
Tú opinión es importante. (Buzón de Sugerencias)	Los 5 departamentos que conformaron de mi estrategia invitaron a otros 3 departamentos para motivarlos a ser parte del cambio	Esta herramienta permite que todo el personal interno y externo de la entidad, informe a través de una boleta, la atención brindada por servicio al afiliado.
Reforzando la Comunicación entre Gerentes, Coordinadores y el personal. (Boletín Comunicación)	Los 70 colaboradores que recibieron semanalmente el boletín comunicacional, 42 lo leyeron al 100% y respondieron al mensaje con un gracias	Los 70 colaboradores manifestaron su compromiso de leer y poner en práctica el trabajo en equipo así también sentirse agradecido con un mensaje positivo semanal y que esta herramienta se siga recibiendo.
Espacio Convivencia y Armonía (Refacción y Clase deportiva)	El espacio de convivencia fue de 35 ejecutivos correspondiente a 7 departamentos de 15 áreas de trabajo. La tarde deportiva se logro participación masiva de 10 departamentos.	El personal manifestó que es bueno tener 15 minutos para compartir experiencias y de regalar una sonrisa o un corto saludo. Así también solicitan seguir disfrutando de una clase deportiva y saludable.
Fondo de Pantalla Informativa	El 100% de los colaboradores automáticamente se les aplico el fondo de pantalla con mensaje motivacionales y agenda de actividades mensuales de la entidad	Esta herramienta permite estar diariamente enterados de las actividades mensuales de la entidad y contar con un mensaje de empuje diario.

## CONCLUSIONES

- El fortalecimiento de la comunicación interna de todos los departamentos que conforma Cámara de Comercio de Guatemala, permite que mejore el desempeño de cada colaborador, lo cual incidirá positivamente en el alcance de los objetivos institucionales.
- El departamento de Recursos Humanos, no cuenta con suficiente personal para llevar a cabo estrategias comunicacionales para todo el personal de la entidad, actualmente solo una persona controla la comunicación y derivado a la carga de trabajo no dispone tiempo para realizar actividades.
- No se contaba con un plan de comunicación interna, que permitiera conocer más información.
- El clima laboral es un factor que permite el rendimiento de cada colaborador, esto se logra a través de un espacio en convivencia en armonía, la oportunidad de conocer las ideas y pensamientos.

## RECOMENDACIONES

- Continuar fortaleciendo el plan de comunicación interna para el mejoramiento del clima laboral.
  
- Continuar con el uso de las herramientas comunicacionales que se implementaron como parte de la estrategia de comunicación dentro de los departamentos: Afiliación, Servicio al Cliente, Cobros, Publicidad y RRPP de la Cámara de Comercio de Guatemala.
  
- Mantener una constante comunicación entre gerentes, coordinadores y personal de administración y ventas a través de pequeñas reuniones y envío de correos con frases motivadoras.
  
- Contar con un espacio de convivencia en armonía, que permita tener una comunicación abierta entre todos los colaboradores de la entidad.

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

➤ Afiliado:

Es aquella persona u organización social, que decide inscribirse en una obra social, en un partido político, en una Administradora de Fondos de Jubilaciones y Pensiones, en una empresa prestataria de salud y o en cualquier organización civil o empresarial, que requiera la afiliación a la institución, para ejercer derechos y obtener beneficios sobre la misma.

➤ Agremiados:

Personas que desarrollan una misma profesión, oficio o actividad. Se trata de organizaciones que suelen estar regidas por estatutos especiales y distintas ordenanzas.

➤ Armonía:

Proporción y correspondencia adecuada entre las cosas.

➤ Asesoría:

Oficio de asesor. Dicho de un letrado: Que, por razón de oficio, debe aconsejar o ilustrar.

➤ Atribución:

Cada una de las facultades o poderes que correspondan a cada parte de una organización pública o privada según las normas que las ordenen.

➤ Boletín:

Publicación periódica sobre asuntos científicos, históricos o literarios publicada generalmente por una institución.

➤ Coadyuvan:

Contribuir o ayudar a la consecución de una cosa.

➤ Comunicacional:

Perteneciente o relativo a la comunicación. Acción y efecto de comunicar

➤ Convivencia:

En su acepción más amplia, se trata de un concepto vinculado a la coexistencia pacífica y armoniosa de grupos humanos en un mismo espacio.

➤ Cualitativa:

Es un adjetivo que se emplea para nombrar a aquello vinculado a la cualidad (el modo de ser o las propiedades de algo).

➤ Cuantitativa:

Es un adjetivo que está vinculado a la cantidad. Este concepto, por su parte, hace referencia a una cuantía, una magnitud, una porción o un número de cosas.

➤ Deficiencia:

Se refiere a la palabra defecto, la cual significa carencia de alguna cualidad propia de algo.

➤ Dependencia:

Subordinación a un poder mayor. Oficina pública o privada, dependiente de otra superior.

➤ Derogación:

La acción de derogar consiste en dejar sin efecto algo que estaba fijado o determinado. La derogación, por lo tanto, consiste en la revocación, supresión o cancelación de una normativa, una regla o un hábito.

➤ **Diagnosticar:**

Examinar una cosa, un hecho o una situación para realizar un análisis o para buscar una solución a sus problemas o dificultades.

➤ **Ejecución:**

Acción y efecto de ejecutar. Poner por obra algo.

➤ **Empoderar:**

Se refiere al proceso por el cual se aumenta la fortaleza espiritual, política, social o económica de los individuos y las comunidades para impulsar cambios positivos de las situaciones en que viven. Generalmente implica el desarrollo en el beneficiario de una confianza en sus propias capacidades.

➤ **Estatutos:**

Es cualquier ordenamiento eficaz para obligar, como un contrato o un testamento. Un segundo significado es el proveniente de los países anglosajones, donde "statute" significa Ley aprobada por el Parlamento.

➤ **Estrategia:**

Arte, traza para dirigir un asunto.

➤ **Favoritismos:**

Trato de favor que se da a una persona en perjuicio de otras que también merecerían lo que obtiene aquella o lo merecerían más.

➤ **Financiamiento:**

Acción y efecto de financiar. Sufragar los gastos de una actividad, de una obra, etc.

➤ FODA:

Estudio de la situación de una empresa u organización a través de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, tal como lo indican las siglas de la palabra y, de esta manera planificar una estrategia del futuro.

➤ Fondos de pantalla:

Es en ordenadores personales, tabletas y dispositivos de comunicación, la imagen que se utiliza en el fondo de una interfaz grafica de usuario en una de ordenador y un dispositivo móvil.

➤ Fortalecimiento:

Aumento de la intensidad de una relación o sentimiento entre dos personas o grupos.

➤ Gestión:

Conjunto de operaciones que se realizan para dirigir y administrar un negocio o una empresa

➤ Gremiales:

Asociación de personas que tienen el mismo oficio o profesión.

➤ Institución:

Es una institución que se ocupa de un servicio concreto y que tiene una finalidad específica. El concepto, con origen en el vocablo latino institutum, abarca las instituciones educativas, científicas y culturales, entre muchas otras clases.

➤ Intervenir:

Participar o actuar en un suceso, un acto o una actividad, especialmente en una parte de ellos o de forma entrometida.

➤ Legítimos:

Legítimo es cierto, verdadero y genuino en cualquier línea. También, legítimo es cuando algo está de acuerdo con la razón o con lo que se considera justo o sensato. La palabra legítimo es de origen latín "*legitimus*" que significa "*fijado por la ley*".

➤ Mejoramiento:

Cambio o progreso de una cosa que está en condición precaria hacia un estado mejor

➤ Metodología:

Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica o en una exposición doctrinal.

➤ Objetivo Institucional:

Son propósitos concretos a corto o mediano plazo que la institución pretende alcanzar cumpliendo con su misión.

➤ Observación cualitativa:

Es una técnica de observación que se caracteriza por tener un menor grado de control y sistematización en la recogida de información. Por otro lado, aumenta el papel del observador en lo que se tienen en cuenta sus interpretaciones.

➤ Observación cuantitativa:

Es un modo de registro sistemático de información, que aparece generalmente reflejada de forma numérica y que reflejan datos medibles y objetivos a través de la observación.

➤ Organización:

Grupo de personas y medios organizados con un fin determinado.



➤ Plan:

Escrito en que sumariamente se precisan los detalles para realizar una obra.

➤ Plan de Comunicación Interna:

Instrumento que se engloba el programa comunicativo de actuación (a corto, medio y largo plazo), y que recoge metas, estrategias, públicos objetivo, mensajes básicos, etc.

➤ Planificación:

Los esfuerzos que se realizan a fin de cumplir objetivos y hacer realidad diversos propósitos se enmarcan dentro de una planificación. Este proceso exige respetar una serie de pasos que se fijan en un primer momento, para lo cual aquellos que elaboran una planificación emplean diferentes herramientas y expresiones.

➤ Posicionamiento:

Es el conjunto de todas las percepciones que existen en la mente de un consumidor respecto a una marca.

➤ Presupuesto:

Conjunto de los gastos e ingresos previstos para un determinado período de tiempo.

➤ Publico Objetivo:

El concepto hace referencia a un consumidor representativo e ideal al cual se dirige una campaña o al comprador al que se aspira a seducir con un producto o un servicio.

➤ Revocatoria:

Anulación de una norma legal, un decreto o una sentencia, por parte de un juez o una autoridad competente.

➤ Rivalidades:

Enfrentamiento entre dos o más personas que aspiran a lograr una misma cosa.

➤ Sentido de pertenencia:

Satisfacción de una persona al sentirse parte integrante de un grupo. El sujeto de este modo, se siente identificado con el resto de los integrantes, a quienes entiende como pares.

➤ Sinopsis:

Disposición gráfica que muestra o representa cosas relacionadas entre sí, facilitando su visión conjunta.

➤ Técnicas de comunicación:

Disciplinas que abordan distintos ejes o conjuntos de ejes problemáticos de la comunicación corporativa, como por ejemplo, relaciones públicas, Publicidad, Diseño, etc.

➤ Transcripción:

Acción y efecto de transcribir. Escribir en una parte lo escrito en otra.

➤ Vaciado:

De la palabra vaciar. Trasladar una doctrina de un escrito a otra.

➤ Zona de confort:

Es aquella zona en la que nos encontramos seguros, en la que controlamos, nada se nos escapa y que conocemos de principio a fin. Es una zona que hemos ido conquistando, donde lo tenemos todo aprendido y que también nos ha conquistado a nosotros.

## BIBLIOGRAFIA

- Biblioteca de Cámara de Comercio de Guatemala, Ejemplar Directorio Empresarial 2015-16, breve reseña histórica de la entidad y Memoria de Labores 2015, presentada a la Asamblea General Ordinaria Enero 2016.
  
- Comunicación interna, una oportunidad de mejora para la empresa. Por: Marco Arru  
<http://www.americaeconomia.com/analisis-opinion/comunicacion-interna-una-oportunidad-de-mejora-para-la-empresa>
  
- Estatutos de la Cámara de Comercio de Guatemala, presentada por el señor Roberto Saravia Santolino, presidente de la entidad. El cual fue constituida por Decreto gubernativo número 493 de 26 de febrero 1894, desde cuya fecha ha venido gozando de personalidad jurídica, vigente. Fueron publicados en Diario Oficial de la República de Guatemala, “El Guatemalteco”, Tomo CLVI, número 38, de fecha 16 de junio de 1959. Las modificaciones acordadas con fecha 22 de enero de 1971 publicadas en el Diario Oficial “El Guatemalteco” de fecha 19 de febrero de 1971 No.62 Tomo LXL.
  
- Manual de identificación de cada puesto de trabajo, elaborado en agosto 2009 Cámara de Comercio de Guatemala.
  
- Sampieri, H. (1998). Metodología de la Investigación. Mexico: McGraw-Hill Editores.

## E- GRAFÍA

- Visita a la página Cámara de Comercio de Guatemala. web:  
<https://www.ccg.gt>
- <https://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-interna-119.htm> La Comunicación interna autor: Rafael Muñiz- Marketing en el Siglo XXI. 5ª Edición: Capítulo 9. La comunicación dentro del marketing.
- [https://es.m.wikipedia.org/wiki/Mercadotecnia\\_corporativa](https://es.m.wikipedia.org/wiki/Mercadotecnia_corporativa)
- <https://pyme.lavoztx.com/anlisis-foda-de-una-organizacin-sin-fines-de-lucro-4212.html>
- <https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/15719> Por Mc Carretón Ballester, I Ramos Soler – 2009-rua.ua.es. Libros que tratan los aspectos fundamentales de la comunicación interna al servicio de las organizaciones en relaciones públicas hasta las tendencias en investigación en comunicación interna.
- <http://www.americaeconomia.com/analisis-opinion/comunicacion-interna-una-oportunidad-de-mejora-para-la-empresa>.
- [https://docs.google.com/a/ccg.gt/forms/d/1ictJwBdy\\_32r77YQLHKLXT](https://docs.google.com/a/ccg.gt/forms/d/1ictJwBdy_32r77YQLHKLXT)



## Transcripción completa de las encuestas



### ENCUESTA PARA EL MEJORAMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA ENTRE DEPARTAMENTOS

Nombre	
Estado Civil	
Profesión:	
Puesto actual:	

Sexo:	F	M
Edad:		
Tiempo Laboral		

1. Cómo considera que es la comunicación interna entre los departamentos de: Afiliación, Servicio al Cliente, Cobros, Publicidad y RRPP?

Buena	Regular	Mala

2. Si su respuesta es regular o mala ¿A qué cree que se debe?

- a. Falta de procedimientos claros para ello (Reuniones, Capacitación, etc.)
- b. Falta de tiempo en general
- c. Otros ( especifique)

Marque


3. A continuación se presentan 5 aspectos de los canales de comunicación Marca con "X" , el medio que utiliza su departamento?

- 1 Reuniones
- 2 Teléfono
- 3 Redes Sociales
- 4 Correo Electrónico
- 5 Comunicación informal

Marque




4. Con las herramientas necesarias de trabajo, planificas las tareas diarias?

Si NO

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

Pones en práctica tus buenos conocimientos, experiencias y habilidades dentro de la Institución?

Si NO

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------

6. ¿Qué mejoraría en su departamento? Y que recomienda para lograrlo?

1.

2.

7. En qué nivel considera que está la gestión de calidad, de servicio a los socios y clientes de la Institución? Califica de 1 a 10:

<input type="text"/>
----------------------

8. Consideras que fortaleciendo la comunicación entre los departamentos, ayudará a ganar clientes satisfechos?

Si NO

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------



## Vaciado de las encuestas

Total 15 personas encuestas

1 Cómo considera que es la comunicación interna entre los departamentos de: Afiliación, Servicio al Afiliado, Cobros, Publicidad y RRPP?

Buena Regular Mala

1	9	5
---	---	---

2 Si su respuesta es regular o mala ¿A qué cree que se debe?

Marque

A Falta de procedimientos claros para ello (Reuniones, Capacitación, etc.)

13
----

B Falta de tiempo en general

1
---

C Otros ( especifique)

1
---

3 A continuación se presentan 5 aspectos, de los canales de comunicación que Utiliza entre compañeros del departamento?

Marque

1 Reuniones

3
---

2 Teléfono

5
---

3 Redes Sociales

--

4 Correo Electrónico

6
---

5 Comunicación informal

1
---

4 Con las herramientas necesarias de trabajo, tenemos una planificación diaria?

Si NO

9	6
---	---

5 Pones en práctica tus conocimientos, experiencias y habilidades dentro de la institución?

Si NO

15	
----	--

6) ¿Qué mejoraría en su departamento? y que recomendaciones para lograrlo?

- Desarrollar actividades para tener más acercamiento con los afiliados

Mejoraría la comunicación a través de reuniones y comunicados internos informando sobre “X” situación.

- Trabajar de una a dos reuniones al mes para evaluar puntos a mejorar en:
- Tiempos de Impresión de la Revista, medio de comunicación de la entidad.
- Capacitaciones de ventas.
- Mejorar la comunicación interna, y saber de las actividades de cada departamentos para el logro de nuevos afiliados.
- Una planificación diaria de nuestras actividades.
- Considero que en mi departamento si existe buena comunicación.
- Mejorar con el tiempo para cumplir con todo lo solicitado, un planificador en donde nosotros realicemos anotaciones y observaciones.
- Utilizar las herramientas, que permitan desempeñar el trabajo, no hace falta al día en tecnología para realizar presentaciones de alto nivel.
- Necesitamos más comunicación con gerentes, coordinadores y asesores.
- Implementar nuevas herramientas de trabajo para agilizar trámites y brindar un mejor servicio.

7. En qué nivel consideras que esta la gestión de calidad, de servicio hacia los socios y clientes de la Institución? Califica de 1 a 10.

Nivel 1= 0 Nivel 2= 1 Nivel 3= 0 Nivel 4= 0 Nivel 5= 4

Nivel 6= 0 Nivel 7= 2 Nivel 8= 5 Nivel 9= 3 Nivel 10= 0

8. Consideras que fortaleciendo la comunicación entre los departamentos, ayudará a ganar clientes satisfechos?

Si= 15

No= 0



## FOTOGRAFÍAS

### Visita de Supervisión:



Licenciada Sandra Hernández, Supervisora de EPS Licenciatura, Licenciada Carmen Elena Contreras, Gerente Relaciones Comerciales y Comunicación, de Cámara de Comercio de Guatemala y Epesista Jeannette Balcarcel. Reunión-Visita



Espacio en donde Epesista Jeannette Balcarcel presenta las estrategias y acciones ejecutadas, durante EPS Licenciatura y breve reseña del portafolio de productos y servicios de la CAMARA DE COMERCIO DE GUATEMALA.

## ANEXOS



Fecha:

Ficha sugerencia

Mi sugerencia:
The footer of the form contains the logo for the "Cámara de Comercio de Guatemala". The logo consists of the text "Cámara de Comercio de Guatemala" in white on a red background, with the slogan "Hoy y siempre con fe en Guatemala" in white on a dark red background to the right.

Formato de ficha para escribir opinión o sugerencia sobre el fortalecimiento de la comunicación interna entregado a los departamentos vinculados a mi plan de trabajo.



Porta vasos



Cartoncitos de porta vasos, el mismo fue colocado en los cursos de capacitación, espacios en convivencia en armonía y cierre de actividades de EPS 2016.



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

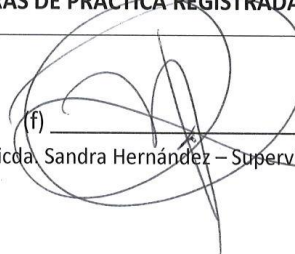


**Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada**

**Nombre del Alumno (a):** Marta Jeannette Balcarcel Esteban  
**No. De Carné:** 9219704  
**Jefe o Encargado (a):** Licenciada Carmen Elena Contreras de Kitson/ Gerente de Comercio Exterior y Comunicación  
**Institución o Empresa:** CAMARA DE COMERCIO DE GUATEMALA  
**Supervisor de EPSL:** Licenciada Sandra Hernández

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS					Total horas en la Semana	
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.		Sáb.
1	Del: 23 / Al:27	Mayo	5	5	5	5	8		28 hrs.
2	Del: 30 / Al:03	Mayo/Junio	5	5	5	5	8		28 hrs .
3	Del: 06 / Al:10	Junio	5	5	5	5	8		28 hrs.
4	Del: 13 / Al:17	Junio	5	5	5	5	8		28hrs.
5	Del: 20 / Al:24	Junio	5	5	5	5	8		28 hrs.
6	Del: 27 / Al:30	Junio	5	5	5	5	8		28 hrs.
7	Del: 04 / Al:08	Julio	5	5	5	7	8		30 hrs.
8	Del: 11 / Al:15	Julio	5	5	5	8	8		31hrs.
9	Del: 18 / Al:22	Julio	5	5	5	8	8		31hrs.
10	Del: 25 / Al:29	Julio	8	8	8	8	8		40hrs.
<b>TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS</b>									300 hrs.

(f)   
 Licda. Carmen Elena Contreras de Kitson

(f)   
 Licda. Sandra Hernández – Supervisor EPSL

