

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



“ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LOS  
PROCESOS DE COMUNICACIÓN INTERNA DE CATAABLE, S.A.”

CARLOS ALBERTO PINEDA URÍZAR

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2016

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



**“ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LOS  
PROCESOS DE COMUNICACIÓN INTERNA DE CATAACABLE, S.A.”**  
Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

**Presentado al Honorable Consejo Directivo por:**

**CARLOS ALBERTO PINEDA URÍZAR**

**Previo a optar al título de:**

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Guatemala, noviembre de 2016**

## **Consejo Directivo**

### **Director**

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

### **Representantes Docentes**

Lic. Mario Campos

Lic. Gustavo Morán

### **Representantes Estudiantiles**

Mario Roberto Barrientos Aldana

Anaite del Rosario Machuca Pérez

### **Representante de Egresados**

Lic. Michael González Bártres

### **Secretaria Administrativa**

M.Sc. Claudia Molina

### **Coordinador EPS Licenciatura**

Lic. Luis Pedroza Gaytán

### **Supervisores de EPS Licenciatura**

Licda. Sandra Noemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios



Guatemala, 08 de agosto de 2016

Lic. Luis Pedroza  
**Coordinador**  
*Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura*  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Licenciado Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que el estudiante(a) epesista Carlos Alberto Pineda Urizar con número de carné: 200016765 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en Santa Catarina Mita, Jutiapa cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del 04 de junio al 28 de julio del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto: ***"Estrategias para fortalecer los procesos de comunicación interna de Catacable, S.A."*** entregando el material comunicacional respectivo, debidamente recibido por Catacable, S.A.

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,

Esaú Magdiel Duque Orellana



Gerente General

Catacable, S.A.



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

Guatemala 3 de Noviembre de 2016

Estudiante

**Carlos Alberto Pineda Urizar**

Carné: **200016765**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

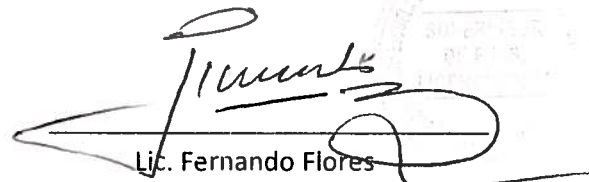
De mi consideración:

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

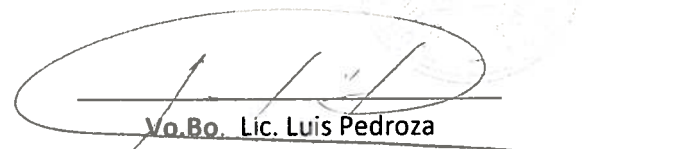
Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la impresión de su trabajo final de EPS de Licenciatura en número de 10 ejemplares impresos y 3 CD'S con el documento incluido en formato PDF los cuales deberá entregar a las instancias correspondientes.

Sin otro particular,

**"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**



Lic. Fernando Flores  
Supervisor EPS de Licenciatura



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



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

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

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

## **DEDICATORIAS**

### **A DIOS:**

Por ser mi fortaleza en todo momento, por darme las capacidades y sabiduría para lograr este éxito académico.

### **A MI ESPOSA:**

Yubitza Lisseth Osorio Rodríguez, por su apoyo y comprensión en todo momento; además de ser mi ayuda idónea en la vida.

### **A Mi HIJA:**

Daniela Pineda Osorio, porque su vida me motiva a luchar por ser mejor y crecer en todas las áreas de la vida.

### **A MIS PADRES:**

Carlos Alberto Pineda Hernández y Olga Elena Urizar y Urizar, por apoyarme desde pequeño para que alcance mis metas, por su dedicación y amor incondicional.

### **A MIS HERMANAS:**

Karla y Mavil, por compartir mi alegría y darme su acompañamiento en todas las etapas de mi vida, sé que cuento con ustedes.

### **A MIS SOBRINOS:**

Sergio (Nacho), Karla Andrea y Julio Alberto, por ser motivo de alegría en mi vida.

### **A MIS SUEGROS:**

Papá René, por su apoyo y compartir mi alegría, Mamá Edy que desde allí cerquita de Dios sé que está celebrando también mi meta alcanzada.

## **AGRADECIMIENTOS**

### **A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA Y ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN:**

Por brindarme las herramientas para convertirme en un profesional de bien.

### **AL EQUIPO COORDINADOR DE EPS:**

Gracias por el apoyo brindado durante este proceso de EPSL, al Lic. Luis Pedroza, Licda. Sandra Hernández y en especial al Lic. Fernando Flores que me apoyó supervisando el desarrollo de mi trabajo.

### **A CATAABLE, S.A.**

Por darme la oportunidad de desarrollar mi práctica dentro de sus instalaciones y ser apoyo primordial para lograr mi meta profesional.

### **MIS AMIGOS Y COMPAÑEROS:**

Por esas experiencias vividas en este camino de la vida y en nuestro paso por las aulas de la "U".



## ÍNDICE

RESUMEN.....	I
INTRODUCCIÓN .....	III
JUSTIFICACIÓN .....	IV

### CAPÍTULO I

<b>1. DIAGNÓSTICO .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO .....</b>	<b>1</b>
1.1.1. Objetivo General.....	1
1.1.2. Objetivos Específicos .....	1
<b>1.2. LA INSTITUCIÓN – CATACABLE, S.A.</b>	
1.2.1 Ubicación Geográfica .....	2
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas .....	2
1.2.3. Antecedentes.....	2
1.2.4. Departamentos .....	3
1.2.5. Misión .....	4
1.2.6. Visión .....	4
1.2.7. Objetivos Institucionales.....	4
1.2.8. Público Objetivo.....	5
1.2.9. Organigrama.....	5
<b>1.3. METODOLOGÍA .....</b>	<b>6</b>
1.3.1. Descripción del Método .....	6
1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección .....	6
1.3.3. Cronograma del diagnóstico .....	7
<b>1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS .....</b>	<b>8</b>
1.4.1. Fichas de Entrevistas .....	8
1.4.2. Resultados de las Entrevistas .....	9
1.4.3. Tablas comparativas, puntos de encuentro y disenso entre entrevistados .....	11

1.4.4. Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas ... ..	12
1.4.5. Análisis de datos .....	22
<b>1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN.....</b>	<b>23</b>
1.5.1. Fortalezas .....	23
1.5.2. Oportunidades .....	23
1.5.3. Debilidades .....	24
1.5.4. Amenazas .....	24

## **CAPÍTULO II**

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

## **CAPÍTULO III**

<b>3. INFORME DE EJECUCIÓN.....</b>	<b>39</b>
<b>3.1. PROYECTO DESARROLLADO.....</b>	<b>39</b>
3.1.1. Financiamiento .....	39
3.1.2 Presupuesto .....	39
3.1.3 Beneficiarios .....	40
3.1.4 Recursos Humanos .....	40
3.1.5 Área Geográfica de Acción .....	40
<b>3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS .....</b>	<b>41</b>
<b>3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....</b>	<b>47</b>
<b>3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO.....</b>	<b>48</b>

<b>CONCLUSIONES</b> .....	49
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	50
<b>GLOSARIO DE TÉRMINOS</b> .....	51
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	54
<b>E GRAFÍA</b> .....	55
<b>ANEXOS</b> .....	56

## RESUMEN

### **Nombre de la institución:**

Catacable, S.A.

### **Nombre del proyecto:**

“ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN INTERNA DE CATACABLE, S.A.”

### **Objetivos del proyecto:**

#### **General:**

Diseñar e implementar herramientas para fortalecer la comunicación interna de Catacable, S.A. que permitan la mejora en la eficiencia, productividad y en la identificación de sus colaboradores hacia la empresa.

#### **Específicos:**

- Crear una identidad institucional que promueva el sentido de pertenencia en los equipos de trabajo y cada colaborador.
- Desarrollar medios de comunicación interna que contenga material gráfico de identidad de la empresa, así como de señalización de áreas y de seguridad industrial; para que todos los colaboradores tengan acceso a los mismos.
- Desarrollar una planificación de reuniones periódicas entre colaboradores y jefe para promover la confianza y establecer metas de trabajo acordes a los valores de la empresa.
- Motivar a los colaboradores a través de material de comunicación para que se involucren más en sus actividades, puedan aportar y con ello mejorar el clima laboral y logren identificarse a plenitud con la organización.

**Sinopsis:**

A través de las diferentes técnicas e instrumentos de recolección de datos como lo son la observación, la entrevista y la encuesta se detectaron algunas debilidades en la comunicación interna de Catacable, S.A. con los resultados obtenidos se desarrolló un Plan de Comunicación donde se definieron las estrategias para fortalecer la comunicación interna de la empresa, se presentaron varias acciones logrando que se aprobaran todas y posteriormente se ejecutaron las acciones en la organización; por último se hizo el control y seguimiento del proyecto lo cual se integró de una manera eficiente durante el periodo de prácticas del EPS de licenciatura.

## INTRODUCCIÓN

Uno de los requisitos para obtener el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos De Guatemala es el EPS (Ejercicio Profesional Supervisado), con el fin de obtener el mencionado título, se hizo un acercamiento a la empresa Catacable, S.A. para llevar a cabo un plan de comunicación interno, así como de crear herramientas para fortalecer las áreas de oportunidad de mejora de la empresa en cuanto a procesos de comunicación interna se refiere.

La primera fase consistió en realizar un diagnóstico comunicacional a Catacable, S.A.; lo que permitió establecer la situación de la empresa en el área de comunicación interna; para ello se utilizaron los métodos de recolección de datos como lo son las encuestas y entrevistas directas.

Con los datos obtenidos, se determinó que la empresa no contaba con una identidad institucional definida, por lo tanto carecía de un plan de comunicación interna; por lo que se hizo necesario crear un plan que diera forma a la empresa como tal y que a partir de allí se iniciara la elaboración de estrategias que apoyaran la comunicación interna de la institución.

De esta forma, en la segunda fase se elaboró un plan de comunicación interna que apoyaran las áreas de mejora que necesitaban ser reforzadas.

Es importante mencionar que todas las estrategias propuestas en el presente trabajo se llegaron a ejecutar con éxito y siguen vigentes en Catacable, S.A. las cuales han rendido frutos positivos para todo el equipo de trabajo.

## JUSTIFICACIÓN

El buen manejo de la comunicación interna es uno de los pilares fundamentales para que las organizaciones logren llevar a cabo sus funciones a cabalidad y genere sentido de pertenencia de los colaboradores hacia la empresa o institución que les brinda la oportunidad de trabajar con ella.

Catacable, S.A. es una empresa que se dedica a la distribución de señal de televisión por cable, actualmente tiene como proyectos de innovación el lanzamiento de señal HD (High Definition) para todos sus clientes, además del servicio de internet residencial, proyectos de emprendimiento que no se han visto hasta el momento en el área geográfica donde se encuentra la empresa.

A pesar de que hoy en día la empresa es líder en la distribución de señal de cable en el sector, se detectaron varias áreas de mejora de comunicación interna que fueron afrontadas con propuestas que lograron que la situación que atravesaba Catacable, S.A. mejorara sustancialmente.

Dentro de los aspectos relevantes del presente plan está la constitución de una identidad corporativa que hasta el momento no se tenía, con lo cual se logró establecer objetivos claros y una visión que le da a los colaboradores la motivación de llevar la empresa a un nuevo nivel, así como tener un sentido de pertenencia con la organización donde trabajan.

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO**

“DIÁGNOSTICO DE COMUNICACIÓN INTERNA DE CATACABLE”

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

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

Realizar un diagnóstico que permita establecer las fortalezas de comunicación internas de Catacable, S.A. a través de herramientas y técnicas acertadas que permitan visualizar la condición actual de la empresa.

##### **1.1.2. Objetivos Específicos**

- Establecer cuál es la situación actual de comunicación interna de Catacable, S.A.
- Analizar los canales existentes de comunicación interna.
- Detectar inconsistencias en la comunicación que afecten las actividades de la empresa.
- Realizar un plan de comunicación interna que permita fortalecer los hallazgos o puntos de mejora encontrados en la fase diagnóstica.



## **1.2. LA INSTITUCIÓN: CATACABLE, S.A.**

Es importante mencionar que al momento de iniciar el diagnóstico no se contaba con una identidad institucional de la empresa, por lo que en este apartado todo lo que se presenta es una propuesta que se entregó previamente a la empresa y se aprobó para su implementación y uso en el presente trabajo.

### **1.2.1. Ubicación Geográfica**

Catacable, S.A. se encuentra ubicada en el Barrio La Javía, Santa Catarina Mita, Jutiapa.

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

Por el momento no se cuenta con alianzas estratégicas o integración con otras empresas o instituciones.

### **1.2.3. Antecedentes e Historia**

En el año 2000, a raíz de la necesidad de un servicio de cable para la comunidad de Santa Catarina Mita y el espíritu emprendedor de sus fundadores, toman la decisión de establecer una empresa de televisión por cable inicialmente para el casco urbano de localidad.

Después de varios años de trabajo consistente y gracias a la constante implementación de nuevos equipos y tecnologías la empresa ha logrado alcanzar nuevos mercados llegando a los municipios de Atescatempa, Yupiltepeque y El Adelanto, alcanzando más de personas 15,000 que pueden disfrutar de una señal de televisión por cable a través de esta empresa.

Actualmente Catacable, S.A. cuenta con una infraestructura de última generación que en los próximos meses ofrecerá televisión en HD y pondrá a disposición el servicio de internet para toda la red de clientes actuales y potenciales en la zona.

## **1.2.4 Departamentos o Dependencias**

### **Gerencia General**

El departamento encargado de dirigir los rumbos de la empresa, así como de la toma de decisiones en cuanto a planes comerciales, administrativos y del personal.

### **Gerencia Administrativa**

Este es el departamento que dispone de los recursos de la empresa para maximizar la utilidad de cada uno de ellos, además analiza y verifica los procesos que tienen los diferentes departamentos para mantener un correcto desempeño de las labores de la empresa.

### **Secretaría – Cobros - Contabilidad**

Este departamento se encarga de proveer atención al cliente, dar seguimiento a las solicitudes de servicios para la empresa, pago a proveedores, llevar los controles contables de la empresa y además realizar los cobros de los servicios prestados en las diferentes plazas donde se prestan los servicios de Catacable, S.A. actualmente.

### **Departamento de Diseño y Publicidad**

Este departamento se encarga de proyectar la empresa hacia el mercado y de hacer el material publicitario que se presenta a través del canal propio de la empresa.

### **Departamento Técnico**

El departamento técnico se encarga de instalar y dar mantenimiento a las líneas de transmisión, así como al equipo que se encuentra en la central y repetidoras de señal en todas las ubicaciones a donde se envía la señal de Catacable, S.A.

### **1.2.5. Misión**

Somos una organización que ofrecemos a nuestros clientes servicios de entretenimiento y telecomunicación modernos, confiables y alcanzables; de la mano de la tecnología y equipo de última generación.

### **1.2.6. Visión**

Ser la empresa preferida en nuestra región que presta servicios de telecomunicación, televisión y de información de alta calidad.

### **1.2.7. Objetivos Institucionales**

Ser la mejor opción para nuestros clientes, cuidando cada detalle en la prestación de los servicios con los que disponemos y desarrollamos.

### **1.2.8. Valores:**

- **Responsabilidad:**

Orientar cada acción que se lleva a cabo de forma ordenada y positiva, que lleve a tomar las mejores decisiones en el día a día laboral; además que permita ser consecuente y asumir las consecuencias de cada decisión.

- **Espíritu de Servicio:**

Mantener una actitud orientada a superar las expectativas de nuestra empresa a través de la atención de las necesidades de cada miembro del equipo.

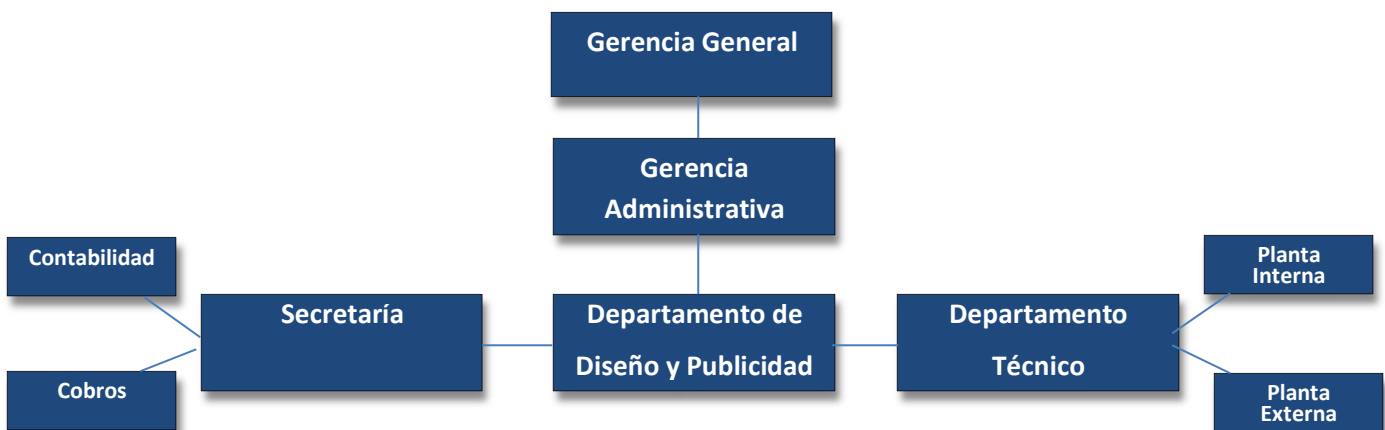
- **Trabajo en Equipo:**

Fijar en mente los objetivos comunes y trabajar para el alcance de estos colaborando y cooperando con todos los compañeros.

### 1.2.9. Público Objetivo

El principal público objetivo beneficiado con el diagnóstico y plan de comunicación interna será todo el personal de Catacable, S.A. sin importar el puesto, actividades que realice o nivel jerárquico, ya que en todos los departamentos de la empresa debe de implementarse una comunicación fluida, abierta, de respeto y que lleve la empresa a un clima de trabajo agradable.

### 1.2.10. – Organigrama



## **1.3. METODOLOGÍA**

### **1.3.1. Descripción del Método**

La metodología aplicada al presente trabajo será la investigación cualitativa y descriptiva, ya que como lo indica Chávez Zepeda (2003: 56) *“Se refiere a todo lo que se fundamenta en documentos. En sus enfoques más elementales , se considera una investigación SINCRÓNICA, porque generalmente se refiere a situaciones actuales o recientes; En esos casos, el investigador obtiene datos de testigos, documentos o fuentes directas, cuya veracidad es posible comprobar dentro de ciertos límites. Explora la realidad actual, para describirla. El valor que tienen es que el conocimiento queda para la posteridad.*

*Además este tipo de investigación no debe plantear una hipótesis, más bien se establecen objetivos. Las relaciones entre las variables están dadas y solo se trata de detectar el grado de relación, para dar base una interpretación o a una proyección estadística. Su utilidad está en la posibilidad de elaborar diagnósticos, pronósticos o generar conocimientos”.*

Para la presente etapa de la investigación es importante señalar que los métodos de recolección de datos son no estandarizados ni completamente predeterminados. Además no es un análisis estadístico porque no se hacen mediciones numéricas. (Hernández Sampieri 2010: 9).

### **1.3.2. – Técnicas e instrumentos de Recolección**

Para realizar el presente diagnóstico se utilizaron como instrumento de recolección de datos las siguientes técnicas:

- **Observación**

Esta técnica se aplica para verificar los procesos de comunicación y de funciones de las diferentes áreas de la empresa para poder definir cual es la situación actual de cada sistema de comunicación utilizado y detectar las áreas de oportunidad de cada uno de estos.

- **Entrevista**

Entrevista con el Gerente General y Gerente Administrativo para obtener un punto de vista desde el nivel de jefes de la institución para luego complementar los datos obtenidos con los colaboradores de las diferentes áreas.

- **Encuesta**

Así mismo se utilizó la técnica de Encuesta con 6 colaboradores de las diferentes áreas de la empresa, ya que la empresa actualmente cuenta con 13 personas que la componen en su totalidad, pero solamente pudimos obtener datos de estos por compromisos de trabajo de campo no se les pudo pasar la encuesta cada uno en particular.

### 1.3.3. - Cronograma del Diagnóstico

Febrero	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
1 al 7	Recopilación de Información	x	x	x	x	x	X
8 al 14	Análisis y Redacción	x	x	x	x		
15 al 21	Entrevistas y tabulación			x	x	x	x
22 al 29	Corrección y Redacción final	x	x	x	x	x	

## 1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

### 1.4.1. Ficha de entrevistas

<b>Entrevistado 1:</b>	Señor Esaú Magdiel Duque Orellana
<b>Cargo:</b>	Gerente General
<b>Fecha de entrevista:</b>	Lunes 15 de febrero de 2016
<b>Hora de entrevista:</b>	11:00 a.m.
<b>Duración de la entrevista:</b>	45 minutos
<b>Objetivo de la entrevista:</b>	Conocer la identidad institucional de la empresa, así como comprender la estructura de la misma y las actividades que realizan.

<b>Entrevistado 2:</b>	Señor Bani Duque Orellana
<b>Cargo:</b>	Gerente
<b>Fecha de entrevista:</b>	Lunes 23 de febrero de 2016
<b>Hora de entrevista:</b>	11:00 a.m.
<b>Duración de la entrevista:</b>	30 minutos
<b>Objetivo de la entrevista:</b>	Conocer la identidad institucional de la empresa, así como comprender la estructura de la misma y las actividades que realizan, obtener un punto de comparación con los datos recopilados en la otra entrevista.

#### **1.4.2. Resultados de las entrevistas:**

**1. ¿Podría comentar cuál es la situación actual de comunicación que percibe a nivel general dentro de la empresa?**

A esta pregunta el primer entrevistado nos cuenta que hay buena comunicación y que fluye entre secretaría, técnicos y su persona, el segundo entrevistado comenta que hay una buena comunicación debido a que se hace directamente con cada persona interesada sin intermediarios.

**2. ¿Cuáles son los factores más frecuentes que afectan la comunicación dentro de la empresa?**

Los dos comentan que es el uso de celulares para fines personales.

**3. ¿Actualmente cuenta la empresa con una identidad institucional estructurada y que haya sido compartida con los colaboradores?**

No, en los dos casos dicen que no esta plasmada por escrito.

**4. ¿Actualmente la empresa cuenta con un plan de comunicación interna?**

Ambos responden que no.

**5. ¿Quiénes son los colaboradores que se encargan brindar la comunicación hacia todos los empleados?**

Secretaria y personalmente los gerentes.

**6. ¿Qué mejoras propondría para las áreas que necesitan mejorar los procesos de comunicación dentro de la empresa?**

El primer entrevistado dice que programar reuniones periódicas para tocar los temas a mejorar. El siguiente gerente dice que ninguna.



**7. ¿Cuáles son los principales canales de comunicación interna que utiliza la empresa para compartir la información?**

El primer entrevistado dice que el teléfono celular y el otro gerente dice que la reunión antes de salir a trabajar.

**8. ¿Cómo considera la comunicación entre los diferentes departamentos que tiene la empresa y cuáles son los que tienen mayores dificultades de comunicación?**

El primer entrevistado dice que hasta el momento se ve bien, toda consulta se hace a través de la secretaria, El segundo solo responde que esta bien.

**9. ¿Actualmente cuentan con normas que regulen la comunicación entre los colaboradores de la empresa?**

Ambos responden que hasta el momento no.

**10. Por último, ¿quisiera dar un comentario sobre la comunicación interna de Catacable, S.A.?**

El primer entrevistado dice que hasta el momento considera que todo ha estado bien, pero puede mejorar, sin duda.

El segundo responde que podemos trabajar para que todo se desarrolle mejor.

### 1.4.3. Tablas Comparativas, Puntos de Encuentro y disensos entre entrevistados

Nombre	1- ¿Podría comentar cuál es la situación actual de comunicación que percibe a nivel general dentro de la empresa?	2-Factores más frecuentes que afectan la comunicación dentro de la empresa?	3-¿Cuenta la empresa con una identidad institucion al estructurada?	6- ¿Qué mejoras propondría para las áreas que deben mejorar?	8- ¿Cómo considera la comunicación entre los departamentos?	9- ¿Cuentan con normas que regulen la comunicación?
<b>Esaú Duque</b>	Esta bien, entre gerentes, personal técnico y secretaria.	Uso del celular	<b>No</b>	Reuniones con los involucrados.	Está bien, todo se hace con la secretaria.	No
<b>Bani Duque</b>	Debe mejorar	Uso del celular	<b>No</b>	Ninguna	Esta bien	No

#### **1.4.4. Gráficas, Cuadros e interpretación del resultado de las encuestas**

La presente encuesta tuvo como fin establecer cómo se encuentra la comunicación interna en Catacable, S.A. así como identificar los canales existentes para su análisis posterior.

Además buscó detectar aquellas áreas de oportunidad de mejora que afecten el desempeño de las labores de cada uno de los integrantes de la empresa.

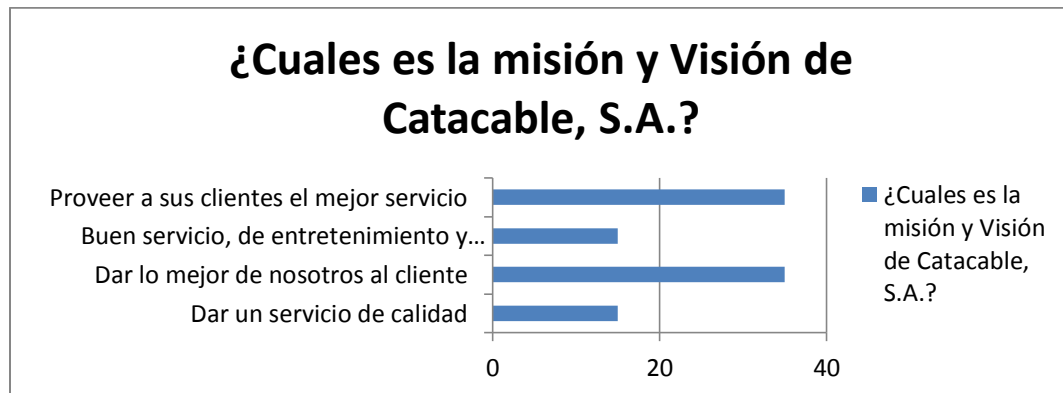
Para la encuesta se tomaron en cuenta a los colaboradores del área técnica y secretaría para obtener los datos de estos departamentos que como se menciona en el inicio del presente diagnóstico aún no cuentan con un departamento específico y funciones para cada puesto ya que no se contaba con esta estructura al inicio del presente diagnóstico.

### Pregunta No. 1

¿Conoce usted cuales es la historia, la Misión, Visión, Valores de Catacable, S.A.?  
En caso sea positiva por favor mencione cuáles e la misión y visión :



Fuente: Epesista Carlos Pineda



Fuente: Epesista Carlos Pineda

En este caso el 90% de los encuestados respondieron que si conocen la historia, misión, visión, valores de la empresa. sin embargo al solicitarles que mencionen cuáles son la misión y visión de la misma respondieron de la siguiente manera, el 15% indicó que es dar un servicio de calidad, otro 15% dijo que es buen servicio, de entretenimiento y educativo, El 35% dijo Dar lo mejor de nosotros al cliente y el 35% restante Proveer a sus clientes el mejor servicio, con ello evidenciamos que no hay un claro conocimiento de la identidad institucional de la empresa por la variación en las respuestas que se obtuvieron.

## Pregunta No. 2

¿Podría mencionar cuales son los medios con los que se comunica con su jefe, compañeros de departamento y de otras áreas de la empresa?



Fuente: Epesista Carlos Pineda

El 50% de los encuestados comentan que la comunicación se da a través de teléfono celular, el 40% de forma verbal y el 10% por redes sociales de, de acuerdo a los comentarios de los colaboradores es que cuentan con un plan de celular corporativo para mantenerse comunicados en el momento que sea necesario, sin embargo es de notar que no todos los miembros del equipo mencionan todos los medios por los que se comunican.

### Pregunta No.3

¿Cree usted que los medios que existen de comunicación actualmente le ayudan a tener una buena comunicación con los compañeros y jefe?



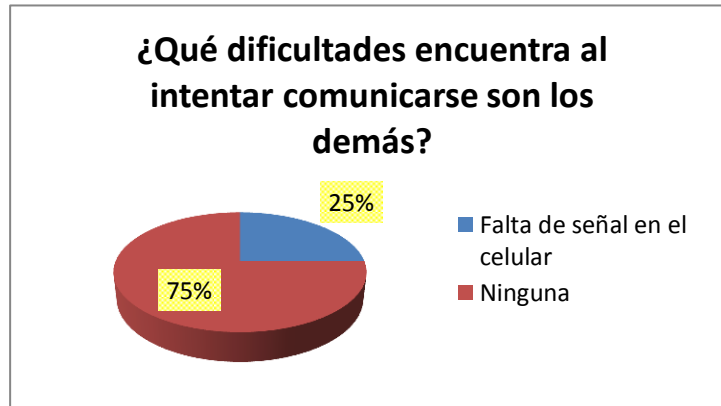
Fuente: Epesista Carlos Pineda

A la interrogante número 3 el 50% de los entrevistados respondieron que si pueden comunicarse bien y por otro lado el otro 50% dice que podría mejorar.

Al indagar un poco más, los empleados que expresan que podría mejorar dicen que en algunas oportunidades sienten que no se les pone atención al momento de solicitar algo.

#### Pregunta No. 4

¿Qué dificultades encuentra usted al intentar comunicarse con los demás colaboradores de la empresa?



Fuente: Epesista Carlos Pineda

Es interesante conocer que el 75% de los colaboradores dicen que no hay ninguna dificultad al intentar comunicarse con los demás, pero un 25% expresan que a veces no cuentan con señal de celular por lo que no se pueden comunicar con los demás; esto nos da una señal de que los miembros de la empresa creen que el teléfono celular es el medio que utilizan para comunicarse.

### Pregunta No.5

¿Actualmente cuenta la empresa con una identidad institucional estructurada y que haya sido compartida con los colaboradores?



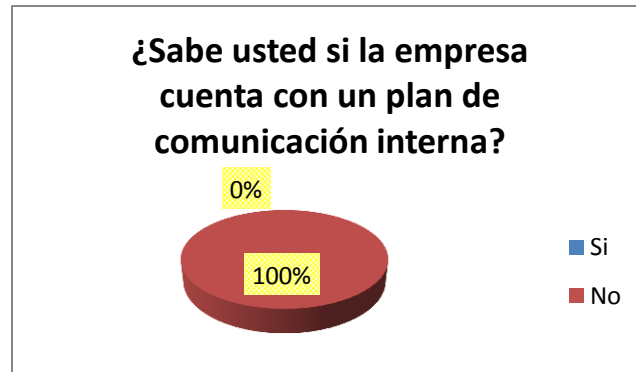
Fuente: Epesista Carlos Pineda

Al responder a la presente pregunta el 50% de los encuestados comentan que se les ha compartido una identidad institucional, por el otro lado el restante 50% comenta que no se les ha compartido la identidad institucional de la empresa. Un dato importante es que las personas que indican que existe una identidad institucional dicen que ha sido únicamente en charlas en las reuniones de equipo que han platicado un poco de lo que deben hacer a la empresa, y algunas actitudes al momento de trabajar pero no cuentan con una identidad formal por escrito.



### Pregunta No.6

¿Sabe usted si la empresa cuenta con un plan de comunicación interna?

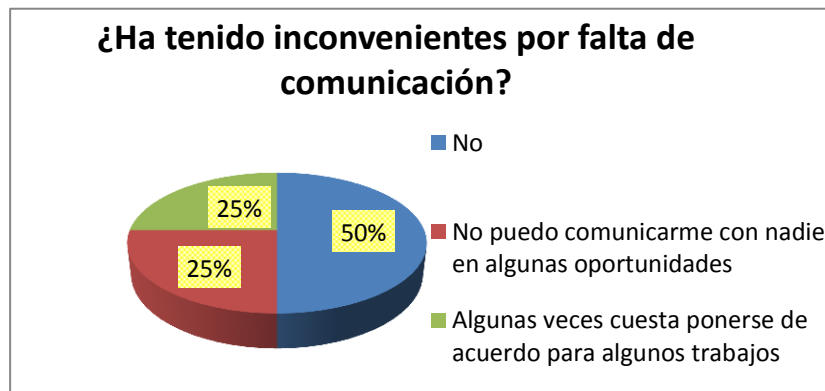


Fuente: Epesista Carlos Pineda

La respuesta a la siguiente pregunta deja notar que hasta el momento no se ha realizado un plan de comunicación interno ya que el 100% dicen que no saben si cuentan con uno. Lo más interesante es que comentan algunos colaboradores que es posible que tengan uno en mente los gerentes ya que ellos tienen reuniones más seguido que con los demás colaboradores.

### Pregunta No.7

¿En alguna oportunidad ha tenido algún inconveniente en el desempeño de su trabajo por falta de comunicación?

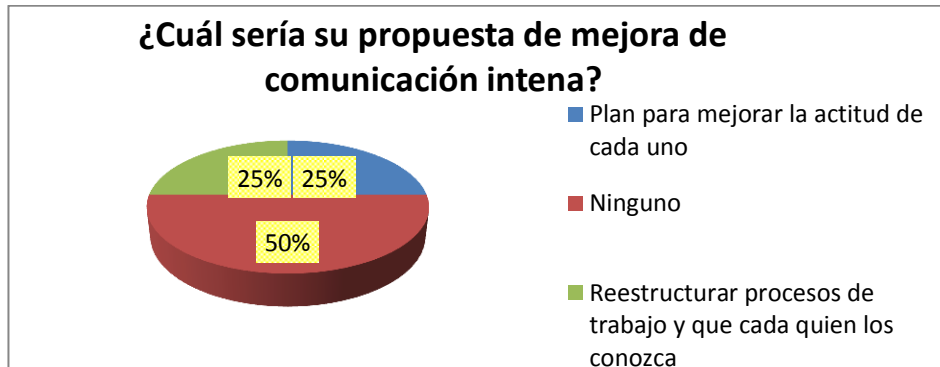


Fuente: Epesista Carlos Pineda

Los colaboradores de Catacable, S.A. comentan que no han tenido inconvenientes en un 50%, sin embargo un 25% dice que en más de alguna oportunidad no se ha podido comunicar con nadie y el otro 25% dicen que algunas veces cuesta ponerse de acuerdo para realizar algunos trabajos.

### Pregunta No.8

Si en este momento se le pidiera una propuesta para mejorar la comunicación interna de la empresa, ¿Cuál sería?

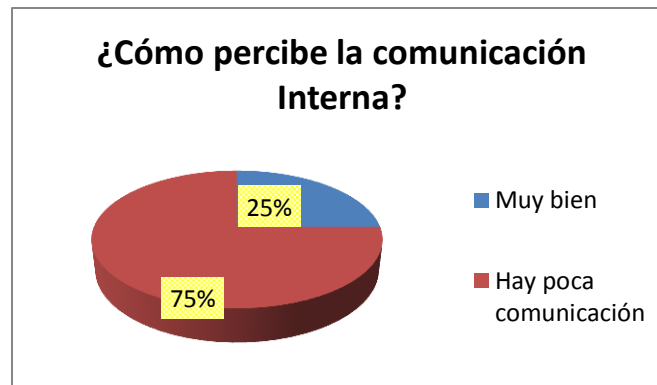


Fuente: Epesista Carlos Pineda

El 25% de los colaboradores comentan que en este momento la propuesta para mejorar la comunicación interna sería a nivel de actitudes, otro 25% comenta que sería a través de una re estructuración de procesos de trabajo y que cada quien conozca los mismos. De acuerdo a las respuestas del otro 50% que dicen que no propondrían nada, da una señal de que todos los colaboradores no han recibido información de lo que es la comunicación interna por lo que no tienen alguna idea de qué podrían plantear.

### Pregunta No.9

Comente cómo percibe usted la comunicación interna en Catacable, S.A.

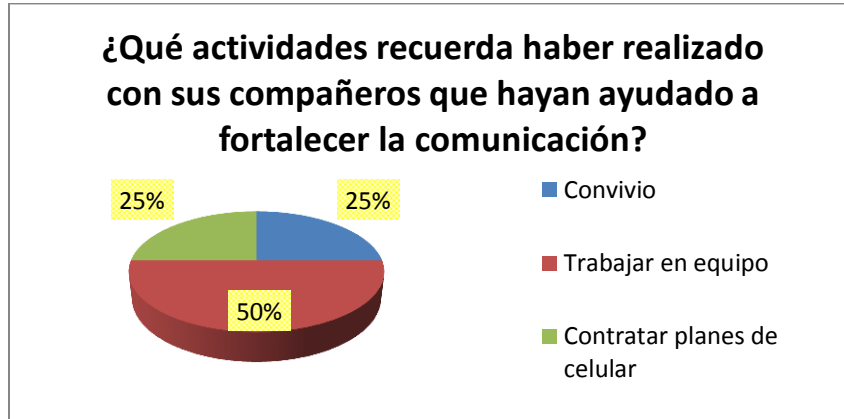


Fuente: Epesista Carlos Pineda

Para la presente pregunta el 75% dice que hay muy poca comunicación, el 25% restante dice que la comunicación está muy bien. Es notorio el alto porcentaje de colaboradores que dicen que hay poca comunicación, dato que permite confirmar que el plan de comunicación interna es necesario implementarlo en un mediano plazo.

### Pregunta No.10

¿Qué actividades recuerda haber realizado con sus compañeros que hayan ayudado a fortalecer la comunicación interna?

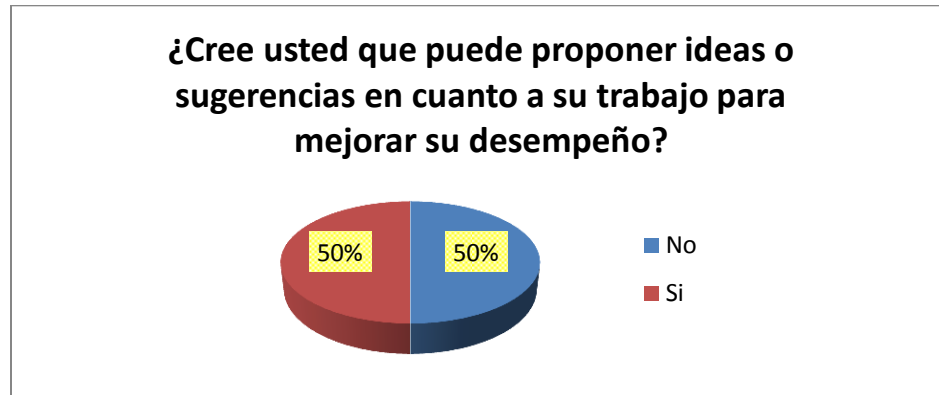


Fuente: Epesista Carlos Pineda

En esta cuestionante el 50% recuerdan como una actividad para fortalecer la comunicación el trabajo que realizan día a día, otro 25% comenta que un convivio en la empresa y el 25% restante que la empresa les haya dado un celular con un plan corporativo y llamadas ilimitadas entre ellos. Esta respuesta deja notar la falta de actividades que vayan enfocadas al desarrollo de habilidades de comunicación.

## Pregunta No.11

¿Cree usted que puede proponer ideas o sugerencias en cuanto a su trabajo para mejorar su desempeño?



Fuente: Epesista Carlos Pineda

A la última interrogante el 50% de los encuestados dicen no poder proponer ideas o sugerencias, el 50% restante dicen si poder proponer ideas sin embargo no señalaron cuales serían estas ideas.

### 1.4.5. Análisis de datos

Luego de revisar los datos recogidos tanto en la encuesta que se utilizó con los colaboradores y la entrevista realizada a los gerentes, podemos concluir que en ambos casos hace falta conocimiento sobre procesos de comunicación interna que ayuden a la empresa a ser una de las empresas más respetadas en los municipios donde tiene presencia.

Por el lado de los gerentes que comentan que todo esta bien en cuanto la comunicación interna; por otro lado los colaboradores demuestran en sus respuestas que no hay conocimientos en cuanto a comunicación se refiere.

La falta de conocimiento en cuanto comunicación es una constante en las diferentes áreas es perceptible, sin embargo también se puede apreciar que la mayoría de colaboradores de la empresa están dispuestos a colaborar para le mejora de la comunicación interna.

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

### **FODA Comunicacional**

De acuerdo con la página [www.comunicólogos.com](http://www.comunicólogos.com) el FODA comunicacional es la base del análisis que facilita esta herramienta, aplicada a la generación de estrategias organizacionales exitosas, está dada por la combinatoria entre la consideración complementaria entre las dimensiones:

Interna: representada por las fortalezas y debilidades;

Externa: representada por las oportunidades y amenazas.

Partiendo de la definición de esta herramienta se presenta el FODA Comunicacional para el presente diagnóstico de la siguiente manera.

#### **1.5.1. Fortalezas**

Es una empresa que muestra la actitud positiva ante la implementación del plan de comunicación que se propondrá a partir de este diagnóstico para que ayuden a mejorar la identidad institucional.

Cuentan con plan corporativo de celular para los colaboradores y es el medio por el que más recurrentemente se comunican.

La mayoría de los colaboradores son personas que tienen varios años de laborar para la empresa y que se encuentran con la expectativa de qué pueden hacer para que la empresa crezca en todo aspecto.

#### **1.5.2. Oportunidades**

En este momento la empresa esta por dar un paso al crecimiento comercial, por la implementación de los servicios de televisión digital, así como del internet residencial, esto demanda una estructuración del plan de comunicación interna tomando en cuenta estos aspectos de innovación.

Al momento de implementar el plan de comunicación que se presentará la empresa proyectará una imagen más profesional que hará que los colaboradores se sientan más identificados con ella.

El conocimiento que generará en cada uno de los miembros de los equipos de trabajo, ya que estarán completamente concientes de los procesos de comunicación que pondrán en práctica para mejorar .

### **1.5.3. Debilidades**

En este momento la falta de una identidad institucional bien estructurada es notoria, ya que los colaboradores de la empresa no tienen bien claros los conceptos organizacionales.

Otra debilidad es la falta de capacitaciones en cuanto a comunicación interna y motivacionales para que los equipos de trabajo para fortalecer los lazos de apoyo entre las personas que componen la empresa.

Actualmente la empresa no cuenta con un área física específica y adecuada para que los empleados puedan llegar a trabajar, planificar sus actividades y también compartir con sus compañeros.

### **1.5.4. Amenazas**

La falta de identidad institucional puede llevar a una desmotivación de parte de los colaboradores ya que no se genera un sentido de pertenencia.

Sin un plan de comunicación interna mucha de la información importante que se genera en el día a día de trabajo se pierde por no tener un canal a donde pueda fluir hacia los jefes.

Al no tener una imagen bien definida, se abre la oportunidad a otras empresas a que quiera abrir operaciones en el sector y sea atractiva para los clientes actuales de la empresa.

## **2. PLAN COMUNICACIONAL**

### **“ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN INTERNA DE CATACABLE, S.A.”**

#### **2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES**

Desde su inicio Catacable, S.A. no ha contado con un plan de comunicación interna; de hecho hasta el día de hoy no contaba con una estructura de identidad institucional que le diera la formalidad necesaria como empresa consolidada desde hace ya varios años, por lo que desde el inicio del presente proyecto se inició con la elaboración de la identidad organizacional para tener un punto de partida para la realización de un plan de comunicación bien definido.

Hasta este momento la empresa no cuenta con medios o canales de comunicación interna bien establecidos que permitan que los colaboradores tengan claros los objetivos de la empresa, cuáles son sus funciones o las expectativas que se tiene en cuanto a su desempeño laboral; así como la falta de fluidez en la comunicación es percibida ya que los empleados que tiene actualmente no tiene ideas bien formadas de lo que es la comunicación interna; en la actualidad las formas de comunicación utilizadas son la verbal personal y telefónicamente.

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

##### **2.2.1. Objetivo General:**

Diseñar e implementar herramientas para fortalecer la comunicación interna de Catacable, S.A. que permitan la mejora en la eficiencia, productividad y en la identificación de sus colaboradores hacia la empresa.



### **2.2.2. Objetivos Específicos:**

Crear una identidad institucional que promueva el sentido de pertenencia en los equipos de trabajo y cada colaborador.

- Desarrollar medios de comunicación interna que contenga material gráfico de identidad de la empresa, así como de señalización de áreas.
- Desarrollar una planificación de reuniones periódicas entre colaboradores y jefe para promover la confianza y establecer metas de trabajo acordes a los valores de la empresa.
- Motivar a los colaboradores a través de material de comunicación para que se involucren más en sus actividades, puedan aportar; además con ello mejorar el clima laboral y logren identificarse a plenitud con la organización.

### **2.3. PÚBLICO OBJETIVO:**

Colaboradores administrativos, hombres y mujeres entre 20 y 45 años, entre gerentes y personal a su cargo.

Colaboradores del área técnica que se encuentran en la oficina central y desarrollan sus actividades en los puntos de transmisión y en campo.

### **2.4. MENSAJE:**

De acuerdo a la página [redgráfica.com](http://redgráfica.com) en comunicación, y especialmente en el ámbito de la publicidad el mensaje es fundamental. Todo mensaje está estratégicamente sustentado porque va dirigido a una audiencia bien definida y es emitido para que cumpla con objetivos específicos. Para el presente caso y cumpliendo con el objetivo de promover el sentido de pertenencia para los colaboradores y empresa será: ¡Yo soy Catacable!.

## **2.5. ESTRATEGIAS:**

La falta de comunicación bien estructurada dentro de la empresa Catacable, S.A. genera dificultades en el entendimiento de funciones, conocimiento en sí de la identidad institucional y una falta de pertenencia de los colaboradores hacia la empresa; que al final trae consigo desconocimiento en los procesos que realizan cada uno de los colaboradores y que repercuten en la productividad de cada uno y falta de motivación. Para Capriotti, P. (2008) la Comunicación Interna significa contar con la Organización para lo que la Organización está haciendo, es decir, hacer partícipes a todos los miembros de la organización de lo que la organización hace, instándoles a colaborar, a sugerir y a comentar, de modo que la comunicación sea bidireccional, de forma ascendente, descendente y horizontal.

Por su parte Domínguez, K. (2002), la comunicación interna es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones entre los miembros a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados, y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales.

Es por ello que es necesario dar a conocer a través de comunicación interna la misión, visión, objetivos, valores de Catacable, S.A. a los colaboradores a través de las siguientes estrategias:

- Asesoría profesional en creación de identidad institucional (Misión, visión, objetivos institucionales, valores).
- Diseño, fabricación e instalación de rótulo para área de recepción conteniendo la identidad institucional de la empresa.
- Diseño, fabricación e instalación de rótulos identificadores de áreas tanto del área de transmisión de la señal como de la oficina.

- Diseño, fabricación e instalación de cartelera informativa para colocar información importante y el área de cumpleaños del mes.
- Diseño y elaboración de tazas con la fotografía de cada uno de los colaboradores y el mensaje “Yo soy Catacable”.
- Asesoría para implementar un programa de motivación que contenga actividades que promuevan la comunicación, este incluirá un taller llamado “comunicación en la empresa”, impartido por reconocido empresario; así como una planificación mensual para tener reuniones que contengan actividades y tiempos para que los colaboradores puedan aportar ideas y además sean reconocidos aquellos que tienen un buen desempeño
- Asesoría y diseño en creación del logotipo institucional.

## **2.5. ACCIONES DE COMUNICACIÓN**

Para la correcta aplicación de las estrategias enumeradas anteriormente, se realizarán las siguientes acciones de comunicación para dirigir eficientemente los recursos con los que contamos.

### **A- Asesoría profesional en la creación de identidad institucional (Misión, visión, objetivos institucionales, valores).**

Partimos con la creación de la misión, visión, objetivos institucionales y valores de la empresa ya que es la base de la buena comunicación entre los colaboradores conocer quiénes son y hacia dónde van, para ello se utilizó la observación y las respuestas obtenidas en los cuestionarios con los colaboradores y las entrevistas con las gerentes en mayo del presente año para abstraer los mejores calificativos que forman parte de la de la empresa como tal y luego se acordó en reunión con gerentes la mejor versión de la identidad de Catacable, S.A.

### **B- Rótulo para área de reuniones conteniendo la identidad institucional de la empresa.**

Para la institución a partir de la puesta en marcha del presente plan es de suma importancia diseñar una herramienta que esté a la vista de los colaboradores de la empresa y ayude a recordar la identidad en sí de Catacable, S.A. para lo cual se contrató a la empresa local Logos y Signos para el diseño del rótulo conteniendo la identidad institucional de la empresa, el cual tendrá las siguientes especificaciones.

**Ubicación:**

Área de reuniones de colaboradores, en pared de un costado para que se encuentre a la vista de todos.

**Material:**

Este se fabricará en acrílico transparente de 3 mm. de espesor , la rotulación se hará con vinil de corte electrónico en color azul y celeste.

**Medidas:**

1.20 metros de largo por 0.80 centímetros de alto, seccionado en 2 partes de 0.60 metros por 0.80 metros.

Estas dos secciones contendrán en la primer parte la misión y visión de la empresa y en la segunda sección los objetivos institucionales y los valores.

**Diseño:**

Este tendrá una forma de rectángulos y para lograr movimiento en el diseño se seccionaron en 2 partes para que pueda colocarse uno arriba del otro y dar sensación de continuidad con la información que estará publicada en este rótulo.

**Responsable:**

En este caso el responsable de presentar la información para la elaboración de este rótulo será el epesista.

**Uso en la estrategia:**

Tener en todo momento publicada la identidad de la empresa y de esta manera hacer que los colaboradores puedan memorizarla y generar más sentido de pertenencia.

### **Normativas de uso:**

En el presente caso no es necesario agregar un encargado para esta herramienta ya que la información en ella estará fija.

### **Área donde se solicitará su uso:**

Debido a que el rótulo se instalará en la sala de recepción, se solicitará el uso a gerencia.

### **Ciclo de renovación:**

Los materiales utilizados para la fabricación del rótulo son de largo periodo de vida útil, en buenas condiciones puede durar hasta 5 años, sin embargo se recomienda renovarlo cada año para que este no solo se vuelva parte del paisaje sino que llame la atención cambiando diseño cada 12 meses.



**Imagen con fin ilustrativo (fotomontaje).**

## **C- Rótulos identificadores de áreas tanto del área de transmisión de la señal como de la oficina.**

La identificación de las áreas así como de los equipos que tiene la empresa es indispensable para ubicarse dentro de las instalaciones así como el equipo es más fácil localizarlo cuando en cada estante se tiene rotulado en nombre técnico de cada uno de los equipos. Con este fin se fabricarán los rótulos que correspondan a cada área y equipo con las siguientes especificaciones.

### **Ubicación:**

Uno en el ingreso de la empresa con el logotipo de Catacable , uno en el área de recepción con la leyenda “recepción, bienvenido”, uno en el ingreso del área de reuniones con la leyenda “sala de reuniones”, los doce restantes llevarán el nombre de diferentes equipos en el área de transmisión.

### **Material:**

Los 15 rótulos se fabricarán en lámina de pvc blanco de 3 milímetros de espesor y rotulados con vinil azul de corte electrónico.

### **Medidas:**

Los rótulos tendrán la medida de 25 centímetros de largo por 10 centímetros de alto.

### **Diseño:**

Estos llevaran letra azul, y un cintillo del mismo color en la parte baja junto con el logotipo institucional.

### **Responsable:**

En este caso el encargado del diseño y ubicaciones será el epeista.

### **Uso en la estrategia:**

La implementación de estos rótulos corresponde a nombrar cada área de una forma para todos los colaboradores y que los equipos puedan ser identificados y nombrados de la misma manera por todos.

**Normativo de uso:**

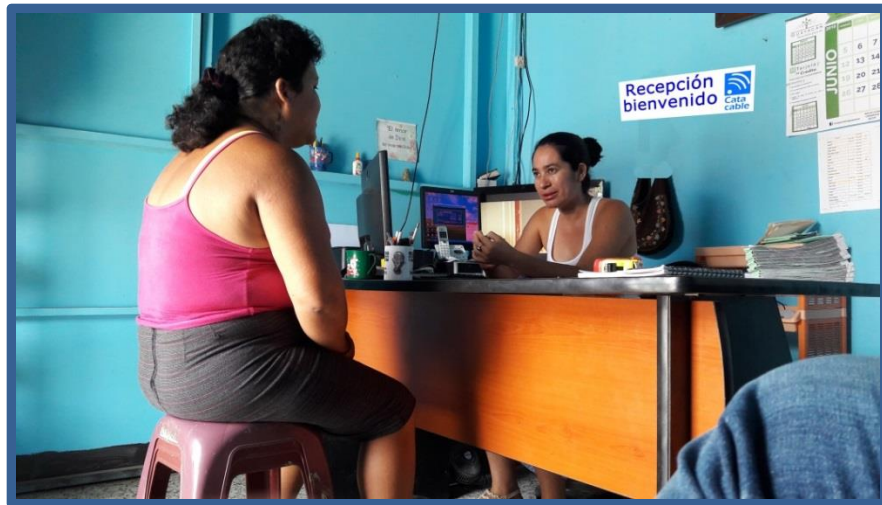
La única normativa para esta herramienta es la de colocar los rótulos identificadores de equipo únicamente al frente de todos ellos ya que en la parte posterior sufre calentamiento y puede ocasionar inconvenientes.

**Área donde se solicitará su uso:**

Para el uso de estos rótulos se solicitará el uso en gerencia.

**Ciclo de renovación:**

Para este caso por ser rótulos identificadores en material de pvc, se sugiere utilizarlo hasta 5 años, debido a que este puede mantenerse presentable por mucho tiempo.



**Imagen con fin ilustrativo (fotomontaje rótulo recepción).**



## **D- Creación de cartelera informativa para colocar información importante y el área de cumpleaños del mes.**

Para cumplir los objetivos de comunicación del presente plan se recomienda también implementar la cartelera informativa y se sugiere que se haga con las siguientes especificaciones:

### **Ubicación:**

Ingreso a la oficina en la recepción del lado derecha.

### **Material:**

Respaldo de corcho, marco de madera y rotulado en la parte superior derecha al borde del marco con el logotipo institucional.

### **Medidas:**

1,10 por 0.70 metros.

### **Diseño:**

Se dividirá en 2 partes, en medio de la cartelera se hará una línea con vinil azul, la parte izquierda irá rotulada con el nombre de Información Importante y trabajos urgentes, la parte derecha de la cartelera será rotulada con el nombre de cumpleaños y felicitaciones a buenas prácticas. Todos los anuncios se imprimirán en hojas bond y se pegarán con tachuelas a la cartelera

### **Responsable:**

Secretaria recepcionista deberá llenar la información de acuerdo a lo que necesite trasladar gerencia.

### **Uso en la estrategia:**

Esta cartelera cumple una función muy importante, ya que trasladará instrucciones de trabajos o procesos a realizar que regularmente costaba que se pudieran comunicar por falta de un canal efectivo de comunicación.

### **Normativa de uso:**

Únicamente la secretaria con instrucciones de gerencia podrá publicar información en la cartelera y deberá de acuerdo a las necesidades de comunicación actualizar inmediatamente al recibir la instrucción para mantener una fluida comunicación con todos los colaboradores.

**Área donde se solicitará su uso:**

Se solicitará el uso de esta cartelera a gerencia.

**Ciclo de renovación:**

La cartelera es recomendable renovarla cada año para cambiar el diseño y el material deteriorado de corcho y madera para que siempre sea agradable a la vista esta herramienta.



**Imagen con fin ilustrativo (fotomontaje de cartelera).**

**E- Elaboración de tazas con la fotografía de cada uno de los colaboradores y el mensaje “Yo soy Catacable”.**

**Objetivo comunicacional:**

Fortalecer la identificación del personal con la empresa.

**Medidas:**

Impresión de 20 centímetros de largo por 9 de alto.

**Material:**

Taza blanca de 10 onzas para impresión en sublimación.

**Tiraje:**

15 unidades, 1 por cada colaborador de la empresa.

**Forma de distribución:**

Lunes 4 de julio en la primera reunión de equipo.



**Boceto con fin ilustrativo.**

## F- Asesoría para implementar un programa de motivación

Para reforzar la identificación de los colaboradores con la empresa se realizarán las siguientes actividades para cumplir con los objetivos de comunicación que mejorarán la motivación en el equipo de trabajo, estas actividades iniciarán el día 4 de julio de 2016.

<b>Hora</b>	<b>7:00 a 13:00</b>
<b>Lugar</b>	Restaurante Vista Linda, arriba del juzgado.
<b>Expositor</b>	Epesista y Gerente administrativo.
<b>Tema</b>	Crecimiento de la empresa y motivación.

<b>Primera capacitación</b>	
<b>Nombre de la capacitación</b>	<b>Actitud proactiva</b>
<b>Objetivo</b>	Conocer qué es la proactividad y aplicarla en el trabajo.
<b>Duración</b>	1 hora y media.
<b>Contenido</b>	Del libro "Los 7 hábitos de la gente altamente productiva de Stephen Covey" . El primer hábito "Ser proactivo). 1- Autoconocimiento. 2- Consciencia. 3- Imaginación Creativa. 4- Voluntad Propia.
<b>Materiales a utilizar</b>	Rotafolio, 3 marcadores (negro, azul, rojo)

<b>Programa de Motivación</b>		
<b>Actividad</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Incentivos</b>
<b>Empleado del mes</b> Primer lunes de cada mes	Reconocer al colaborador que mejores resultados presenta en sus labores, en cuanto a actitud y valores organizacionales.	Entrega de diploma y mención en cartelera.
<b>Capacitación de Actitud</b> (en reunión de lunes de cada mes)	Brindar herramientas que lleven a los colaboradores a tener actitudes proactivas y tener mejores relaciones internas.	Mención en reunión mensual de aquellos colaboradores que reflejan mejora en su servicio al cliente interno.
<b>Actividad recreativa trimestral</b> (primer sábado de cada trimestre)	Evaluar el crecimiento de la empresa y motivar al equipo de trabajo.	Desayuno o almuerzo en grupo, partido de papi futbol entre colaboradores.

**G- Asesoría y diseño del logotipo institucional.**

Para la creación del logotipo institucional se solicitó el apoyo de un diseñador gráfico para que a partir de sus conocimientos de la empresa pudiera asesorar junto con el epesista la mejor opción para la imagen de la empresa.



**Boceto preliminar de logotipo**

## CAPITULO III

### 3.INFORME DE EJECUCIÓN

#### 3.1. PROYECTO DESARROLLADO

#### “ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN INTERNA DE CATACABLE, S.A.”

##### 3.1.1. Financiamiento

El total la inversión que se utilizó para llevar a cabo el proyecto que se desarrolló se dividió entre el epesista y la empresa de la siguiente forma:

Financiamiento	Monto
Epesista	Q 4,510.00
Empresa	Q 3,775.00
<b>Total</b>	<b>Q 8,285.00</b>

##### 3.1.2. Presupuesto invertido:

El presupuesto que se invirtió durante la ejecución del proyecto se utilizó de la siguiente manera:

Cantidad	Producto comunicacional	Precio unitario	Total	Financiamiento
1	Asesoría profesional en Creación de imagen institucional	Q 2,000.00	Q 2,000.00	Aporte de epesista
1	Asesoría para creación de logotipo	Q 1,000.00	Q 1,000.00	Aporte de epesista
1	Rótulo con identidad institucional	Q 450.00	Q 450.00	Aporte de epesista
15	Rótulos identificadores	Q 35.00	Q 525.00	Catacable, S.A.
1	Creación de cartelera informativa	Q 250.00	Q 250.00	Catacable, S.A.
16	Elaboración de tazas personalizadas	Q 35.00	Q 560.00	Aporte de epesista
1	Taller - capacitación de comunicación	Q 500.00	Q 500.00	Aporte de epesista
1	Reunión mensual de metas y motivación, impartida por epesista, incluyendo refacción 12 reuniones).	Q 250.00	Q 3,000.00	Catacable, S.A.
		<b>Costo total de proyecto comunicacional</b>	<b>Q 8,285.00</b>	-----

### 3.1.3. Beneficiarios

En el caso del presente proyecto los beneficiarios son los colaboradores de la empresa Catacable, S.A. quienes después de entregados los materiales del presente proyecto a la empresa quedaron satisfechos y motivados del desarrollo de los mismos.

### 3.1.4. Recursos Humanos

Para la ejecución de las diferentes estrategias, el epesista fue quien desarrollo las actividades, sin embargo en la estrategia 6, que es el programa de motivación intervienen dos personas para apoyar la realización de este.

PERSONAL	PUESTO	ACTIVIDAD
Esaú Duque	Gerente General	Palabras de bienvenida y motivación al personal.
Blanqui Rodríguez	Secretaria	Apoyo de entrega de material a los colaboradores.
Esaú Duque	Gerente General	Felicitación verbal a colaborador destacado.

### 3.1.5. Área Geográfica de Acción

Por la naturaleza del proyecto el cuál es de comunicación interna, las acciones se llevaron a cabo en las oficinas de la empresa Catacable S.A. del municipio de Santa Catarina Mita y en las del municipio de Atescatempa, ambas en el departamento de Jutiapa.

### 3.2. ESTRATÉGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

- **Primera estrategia desarrollada**

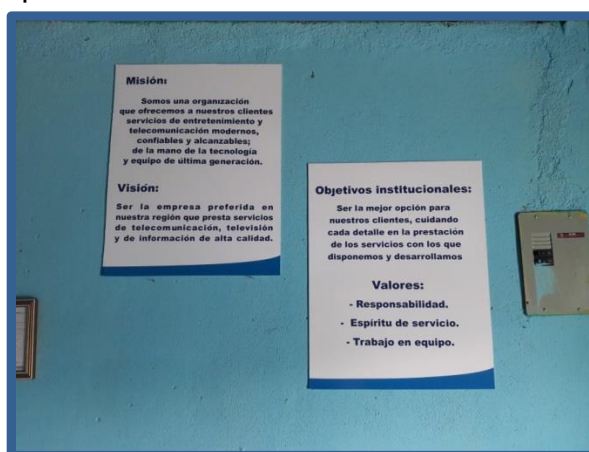
**Asesoría profesional en la creación de identidad institucional (Misión, visión, objetivos institucionales, valores).**

Partimos con la creación de la misión, visión, objetivos institucionales y valores de la empresa ya que es la base de la buena comunicación entre los colaboradores conocer quiénes son y hacia dónde van, para ello se utilizó la observación y las respuestas obtenidas en los cuestionarios con los colaboradores y las entrevistas con las gerentes en mayo del presente año para abstraer los mejores calificativos que forman parte de la de la empresa como tal y luego se acordó en reunión con gerentes la mejor versión de la identidad de Catacable, S.A.

- **Segunda estrategia desarrollada**

**Rótulo para área de reuniones conteniendo la identidad institucional de la empresa.**

Como se detalló en la fase anterior del proyecto presente plan fue importante implementar una herramienta que esté a la vista de los colaboradores de la empresa y ayude a recordar la identidad en sí de Catacable, S.A. La acción realizada se puede contemplar actualmente ya instalada en la empresa.



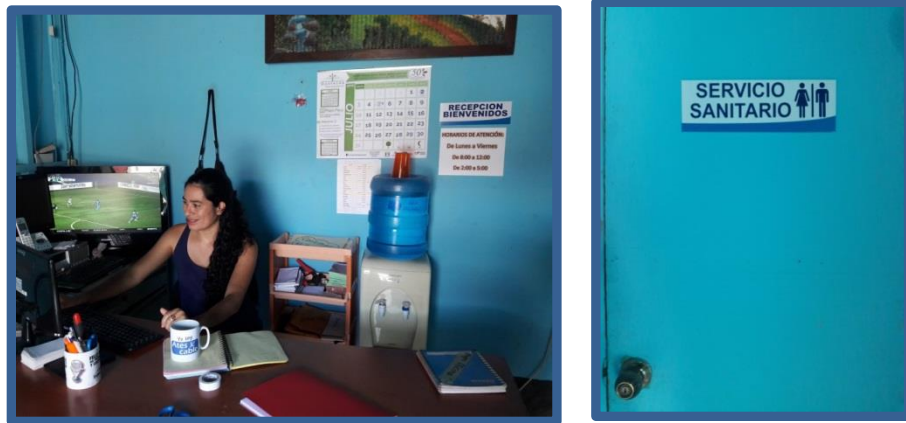
Rótulos implementados en las oficinas de Catacable, S.A.



- **Tercera estrategia desarrollada**

**Rótulos identificadores de áreas tanto del área de transmisión de la señal como de la oficina.**

La identificación de las áreas así como de los equipos que tiene la empresa es indispensable para ubicarse dentro de las instalaciones así como el equipo es más fácil localizarlo cuando en cada estante se tiene rotulado en nombre técnico de cada uno de los equipos. Con este fin se fabricarán los rótulos que correspondan a cada área y equipo con las siguientes especificaciones.



**Algunos de los rótulos implementados**

- **Cuarta estrategia desarrollada**

**Creación de cartelera informativa para colocar información importante y el área de cumpleaños del mes.**

Cumpliendo con la acción que conlleva la colocación de la cartelera informativa, logró instalar y llevar a su uso a la empresa.



**Cartelera instalada en área de la empresa**

- **Quinta estrategia desarrollada**

**Elaboración de tazas con la fotografía de cada uno de los colaboradores y el mensaje “Yo soy Catacable”.**

Durante la primera actividad motivacional para los equipos de trabajo, se realizó la entrega de las tazas personalizadas a cada colaborador.



**Epesista haciendo entrega de taza personalizada a secretaria de Catacable, S.A.**

- **Sexta estrategia desarrollada**

**Asesoría para implementar un programa de motivación**

Para reforzar la identificación de los colaboradores con la empresa se realizó la primera actividad el día 12 de julio en la mañana, llevando el programa de acuerdo a como se diseñó la actividad.



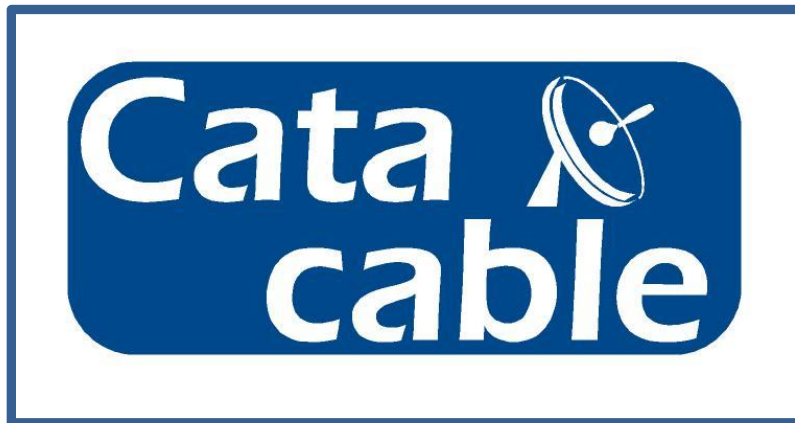
**Epesista con parte del equipo de trabajo.**



**Epesista acompañado del Gerente General de Catacable, S.A.**

- **SÉPTIMA ESTRATEGIA DESARROLLADA**  
**ASESORÍA Y DISEÑO DEL LOGOTIPO INSTITUCIONAL.**

Para la creación del logotipo institucional se solicitó el apoyo de un diseñador gráfico para que a partir de sus conocimientos de la empresa pudiera asesorar junto con el epesista la mejor opción para la imagen de la empresa.



**Logotipo institucional aprobado**

### 3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Para el buen desarrollo de las actividades de las acciones del plan se siguió el presente cronograma de actividades.

Producto Comunicacional	Objetivo Específico	Semanas																				
		Mayo				Junio				Julio												
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4									
<b>Asesoría en creación de identidad institucional</b>	Generar identificación en colaboradores																					
<b>Acción 1</b> Reunión con gerentes	Conocer la ideología con que crearon la empresa.																					
<b>Acción 2</b> Creación de propuesta de identidad y presentación	Entregar una opción bien estructurada a los gerentes de la identidad de la empresa.																					
<b>Acción 3</b> Entrega final de identidad institucional a gerentes.	Dar a conocer al equipo de gerencia el material final de la identidad institucional.																					
<b>Servicio profesional en creación y diseño de logotipo institucional</b>	Tener una imagen que se distinga y se identifiquen todos																					
<b>Acción 1</b> Generación y presentación de boceto preliminares.	Dar a conocer a gerentes la imagen y racional creativo de las propuestas																					
<b>Acción 2</b> Entrega de logotipo final	Entrega al equipo gerencial el logotipo final para su aplicación en la empresa																					
<b>Fabricación e instalación de rótulo Rotulación total del proyecto</b>	Recordar la identidad institucional																					
<b>Acción 1</b> Reunión con empresa para dar directrices para la fabricación del rótulo.	Dar instrucciones del contenido y diseño del rótulo																					
<b>Elaboración de tazas personalizadas</b>	Crear identificación en el personal																					
<b>Acción 1</b> Recopilación de fotografías de los colaboradores y diseño de taza	Diseño de tazas con el logotipo nuevo de la empresa																					
<b>Acción 2</b> Entrega de tazas personalizadas en primera reunión	Dar un detalle que promueva la identificación del personal con la empresa																					
<b>Taller - capacitación de comunicación</b>	Hacer crecer el conocimiento de los colaboradores y motivarlos																					
<b>Acción 1</b> Presentación de primera capacitación y taller de comunicación interna.	Generar nuevos conocimientos																					
<b>Acción 2</b> Reunión con equipo gerencial de seguimiento	Evaluar la primera reunión ,identificar puntos de mejora y diseño de las próximas reuniones.																					

### 3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO

Estrategia	Indicadores Cuantitativos (participación)	Indicadores Cualitativos (comentarios)
Asesoría profesional en Creación de imagen institucional	Los 15 colaboradores fueron expuestos a la nueva imagen institucional	Ahora entiendo mejor hacia dónde vamos. Es bonito conocer de forma clara qué hacemos en la empresa.
Asesoría para creación de logotipo	Todos los colaboradores conocieron el logotipo seleccionado para identificar la empresa Catacable, S.A.	Creo que la gente nos verá de una forma más formal. Siento que trabajo para una empresa importante.
Rótulo con identidad institucional	Los integrantes de los equipos de trabajo en su totalidad lo tienen a la vista.	Para mí es importante conocer los nuevos valores de la empresa. Las personas que nos visitan miran con agrado los rótulos.
Rótulos identificadores	En las instalaciones se identificaron áreas y equipo.	Se ve más ordenado todo. Me gusta ver los rótulos y llamar cada equipo por su nombre
Creación de cartelera informativa	Todo colaborador tiene acceso a la cartelera debido al área donde se instaló.	Puedo recordar los pendientes. Me ayuda a informarles a los compañeros con detalle lo que tienen que hacer.
Elaboración de tazas personalizadas	A cada integrante de la empresa se entregó su taza.	Me gusta tomar en ella y ver que es de la empresa donde trabajo. Siento que la empresa piensa en nosotros.
Taller - motivacional	Todos los colaboradores pudieron asistir a la primera reunión.	Me gustó aprender como puedo ser proactivo. Creo que puedo apoyar más a mis compañeros mejorando mi actitud.

## **CONCLUSIONES**

El presente plan tiene como principal objetivo fortalecer la comunicación interna de Catacable, S.A. a través de estrategias bien definidas y con acciones realizables durante los plazos de tiempo establecidos para la práctica supervisada.

Dadas ya las acciones de comunicación interna que se propusieron a la empresa, se puede concluir lo siguiente:

Las organizaciones deben no sólo contar con una identidad institucional bien definida, sino trasladarla de forma eficiente a todos los colaboradores para generar un sentido de pertenencia hacia la institución.

Se deben de contar con herramientas de comunicación interna que logren trasladar la información necesaria a los miembros de las empresas de una forma ordenada y eficaz.

Cuando se toma en cuenta al colaborador para identificar puntos de mejora en la empresa o diseñar planes que ayuden a generar cambios positivos en la institución ellos crean un vínculo de pertenencia que de otra manera es muy difícil de iniciar.

Es clave para la motivación de los colaboradores invitarlos a tener actividades fuera de las responsabilidades diarias, ya que con esto sienten que la empresa piensa en el bienestar de ellos no solamente en el área laboral, sino como personas.



## **RECOMENDACIONES**

Posterior a la ejecución de las estrategias que se plantearon en el presente plan y con el ánimo del crecimiento sostenido de la empresa Catacable, S.A. partiendo de una buena comunicación interna se recomienda a la gerencia lo siguiente:

- Continuar con las acciones propuestas en el plan de comunicación interna.
- Generar más actividades extra laborales con los trabajadores para fortalecer la comunicación interna.
- Generar foros de discusión en las reuniones de equipo para mejorar las funciones de cada uno y compartir las mejores prácticas.
- Crear una plaza de trabajo para un comunicador dentro de la empresa, que tenga las capacidades para proyectar a la organización de una forma profesional y eficiente.

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

**Área de mejora.** Es un conjunto de aspectos de la organización de la actividad y sus interrelaciones que no funciona o funciona de manera inefectiva; es decir, no es eficaz y/o no es eficiente.

**Capacitación.** f. Disposición y aptitud para conseguir un objetivo: en las autoescuelas obtienes la capacitación para circular en coche.

**Colaborador.**

Persona que colabora en una tarea realizada en común con varias personas.

**Comunicación.** f. Acción y resultado de comunicar o comunicarse. Plan. m. Proyecto, programa de las cosas que se van a hacer y de cómo hacerlas: los presos idearon un plan de fuga.

**Comunicación interna.** Acciones comunicativas entre la organización y sus miembros, y entre ellos mismos, a favor de las buenas relaciones (interacciones rentables para la organización) a través de medios específicos para ello.

**Control.** Es una actividad no sólo a nivel directivo, sino de todos los niveles y miembros de la entidad, orientando a la organización hacia el cumplimiento de los objetivos propuestos bajo mecanismos de medición cualitativos y cuantitativos.

**Cronograma.** Gráfica cuyo eje de abscisas está dividido en fracciones cronológicas (días, semanas, etc.), de modo que registre las variaciones en el curso del tiempo del hecho estadístico estudiado, que se representa en el eje de ordenadas.

**Cualitativa.** adj. De la cualidad o relativo a ella: análisis cualitativo.

**Cuantitativa.** adj. De la cantidad o relativo a ella: un análisis cuantitativo.

**Descriptiva.** adj. Que describe: su comportamiento es muy descriptivo de su personalidad.

**Diagnóstico.** Alude, en general, al análisis que se realiza para determinar cualquier situación y cuáles son las tendencias. Esta determinación se realiza sobre la base de datos y hechos recogidos y ordenados sistemáticamente, que permiten juzgar mejor qué es lo que está pasando.

**Encuesta.** f. Conjunto de datos obtenidos mediante consulta o interrogatorio a un número determinado de personas sobre un asunto. Manual m. Libro que recoge lo esencial o básico de una materia: un manual de física, de instrucciones.

**Estrategia.** Técnica y conjunto de actividades destinadas a conseguir un objetivo: estrategia de venta, electoral.

**Estrategia de comunicación.** Planificación de la gestión de flujos comunicativos de la organización, acorde a los objetivos y valores de esta.

**Imagen.** En el sentido corporativo se refiere a la percepción de los públicos acerca de una organización y la idea general que forman respecto a esta y sus productos o servicios.

**Intencionalidad.** f. Premeditación o voluntariedad.

**Identidad.** Conjunto de rasgos o características de una persona o cosa que permiten distinguirla de otras en un conjunto.

**Justificación.** f. Causa, razón, argumento que justifica: la justificación de un comportamiento.

**Metodología.** Ciencia del método. Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica o en una exposición doctrinal.

**Misión.** f. Cometido o deber moral que una persona o colectividad consideran necesario llevar a cabo: la Inquisición consideraba que su misión era implantar la ortodoxia.

**Motivación.** Estimulación de los miembros de la organización con la expectativa de que realicen cada vez mejor su trabajo.

**Necesidades.** Nombre de la existencia de los deseos individuales de los miembros de la organización.

**Objetivos.** Ideales a obtener o propósito de resultados finales (a nivel global o particular) en un tiempo determinado.

**Observación.** f. Acción y resultado de observar.

**Organización.** Coordinación e interrelación de actos y esfuerzos de individuos que por medio de la distribución de funciones buscan llegar a un fin compartido.

**Planificación.** Determinación de la finalidad de la organización y proyección de la distribución de responsabilidades y esfuerzos para llegar a ella (en una sistematización de acciones). Su fin es proporcionar dirección y ventajas competitivas a la organización.

**Proceso.** Transcurso de cada uno de las fases del desempeño de la organización, en comunicación organizacional se refiere no únicamente a cuestiones técnicas sino a asuntos comunicacionales y culturales.

**Programa.** Secuencia de actividades organizadas para la planificación con un proceso.

**Recursos Humanos.** En la administración de empresas, se denomina *Recursos humanos (RR. HH.)* al trabajo que aporta el conjunto de los empleados o colaboradores de una organización, aunque lo más frecuente es llamar así al *sistema o proceso* de gestión que se ocupa de seleccionar, contratar, formar, emplear y retener al personal de la organización.

**Rótulo.** Papel, cartón, plástico, etc., impreso o manuscrito que se pone en un lugar visible para anunciar o indicar algo.

**Técnica.** adj. De la técnica o relativo a ella: fallo técnico.

**Visión.** Explica la existencia de la organización pero en el sentido del futuro deseado (5 a 10 años), su intención es estratégica y de marcar la pauta de acción.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Alvarado Godoy, Juventino (2015) Estrategia Comunicacional para Fortalecer la Comunicación Interna del Grupo Pades. IFEPS
- Capriotti, P. (2008) Planificación estratégica de la imagen corporativa. Argentina. Editorial Ariel Comunicación.
- Chávez Zepeda, Juan José (2003). Cómo Se Elabora un Proyecto de Investigación, 3 ed.
- Domínguez, K. (2002). Diagnóstico de Comunicación Institucional a una fábrica textil. Tesis inédita. Universidad Iteso. Ciencias de la Comunicación: México.
- Sampieri, Roberto. Fernández, Carlos y Baptista, Pilar (2010) Metodología de La Investigación. 5 ed.

## **E GRAFÍA**

- <http://www.comunicologos.com>
- <http://www.eumed.net/>
- <http://redgrafica.com/El-mensaje-un-concepto-clave-de-la>

## ANEXOS

### Modelo de encuesta



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



### Cuestionario

**Instrucciones:** Favor de responder a las siguientes preguntas, marcando con una "x" el recuadro en blanco o escribiendo sobre las líneas según corresponda. Las respuestas serán exclusivamente para usos didácticos, Muchas gracias por su colaboración.

**Departamento:** \_\_\_\_\_

**Cargo:** \_\_\_\_\_

1. **¿Conoce usted cuales es la historia, la Misión, Visión, Valores de la Catacable, S.A.?** :

Si  No

Explicación \_\_\_\_\_

2. **¿Podría mencionar cuales son los medios con los que se comunica con su jefe, compañeros de departamento y de otras áreas de la empresa?** Si  No

Menciónelos \_\_\_\_\_

3. **¿Cree usted que los medios que existen de comunicación actualmente le ayudan a tener una buena comunicación con los compañeros y jefe?** Si  No

Explicación \_\_\_\_\_

4. **¿Qué dificultades encuentra usted al intentar comunicarse con los demás colaboradores de la empresa?**

\_\_\_\_\_

5. **¿Actualmente cuenta la empresa con una identidad institucional estructurada y que haya sido compartida con los colaboradores?**

Si  No

6. ¿Sabe usted si la empresa cuenta con un plan de comunicación interna?

Si  No

7. ¿En alguna oportunidad ha tenido algún inconveniente en el desempeño de su trabajo por falta de comunicación?

Si  No

Comente: \_\_\_\_\_  
—

8. Comente cómo percibe usted la comunicación interna en Catacable, S.A.

\_\_\_\_\_

9. ¿Qué actividades recuerda haber realizado con sus compañeros que hayan ayudado a fortalecer la comunicación interna?

\_\_\_\_\_

10. ¿Cree usted que puede proponer ideas o sugerencias en cuanto a su trabajo para mejorar su desempeño?

Si  No

Si es afirmativa su respuesta, ¿Cuáles son esas ideas y comente cómo le haría sentir si se llevan a cabo?

\_\_\_\_\_



## Fotografías

**Punto de enlace con satélite, Santa Catarina Mita, Jutiapa**



**Punto Atescatempa, Jutiapa**

