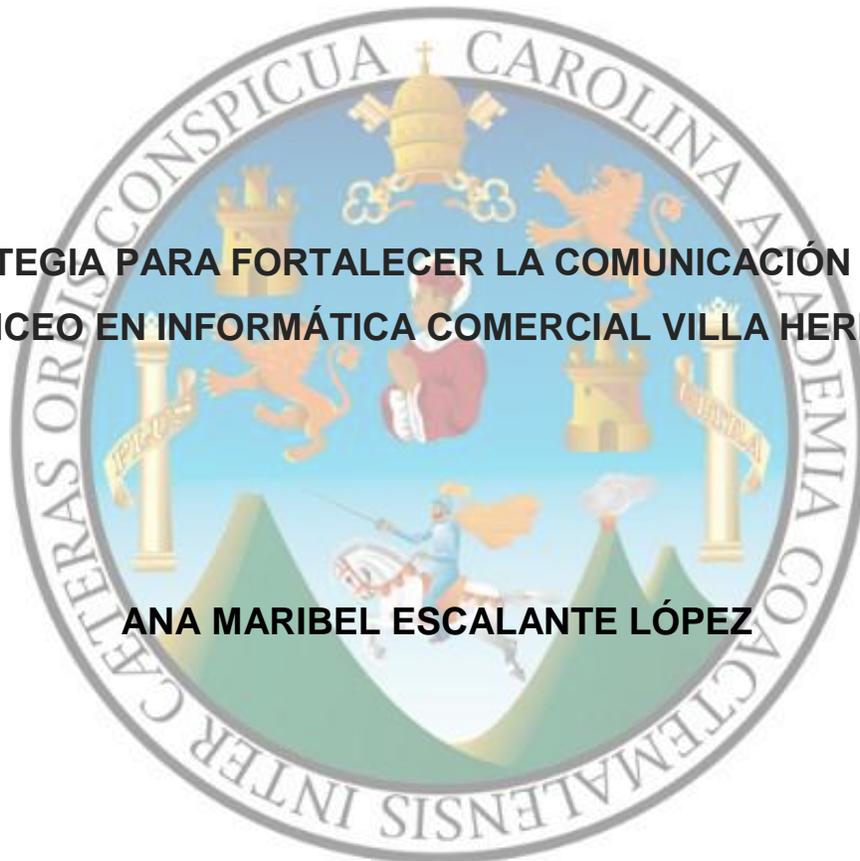


**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO**

**“ESTRATEGIA PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA
DEL LICEO EN INFORMÁTICA COMERCIAL VILLA HERMOSA”**



ANA MARIBEL ESCALANTE LÓPEZ

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**



**“ESTRATEGIA PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA DEL
LICEO EN INFORMÁTICA COMERCIAL VILLA HERMOSA”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

ANA MARIBEL ESCALANTE LÓPEZ

Previo a optar el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, Noviembre de 2016

Consejo Directivo

Director

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes

Lic. Mario Campos

Lic. Gustavo Morán

Representantes Estudiantiles

Mario Roberto Barrientos Aldana

Anaite del Rosario Machuca Pérez

Representante de Egresados

Lic. Michael González Bártres

Secretaria Administrativa

M.Sc. Claudia Molina

Coordinador EPS Licenciatura

Lic. Luis Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

Licda. Sandra Noemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios



Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa

33 Avenida 17-83 Zona 7
Residenciales Villa Hermosa I, San Miguel Petapa
Guatemala, C. A.

Guatemala, 11 de agosto de 2016

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

Estimado Licenciado Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que la estudiante epesista **Ana Maribel Escalante López**, con número de carné: **199914064** de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en el Área de Comunicación e Información, cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del 09 de mayo al 18 de julio del año en curso; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto: "**Estrategia para fortalecer la comunicación interna del Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa**", entregando el material comunicacional respectivo, debidamente recibido por Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa.

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

Atentamente,

Licda. Angela Yaneth Sanabria López
Directora General



¡Pionero de la Educación en Villahermosa!
Teléfono: 2448-2405 e-mail: Liceovillahermosa@hotmail.com



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

Guatemala 3 de Noviembre de 2016

Estudiante
Ana Maribel Escalante López
Carné: **9914064**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

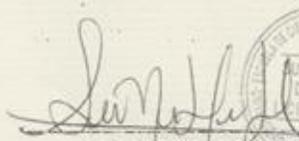
De mi consideración:

Me complace informarle que he revisado su informe final de EPS de Licenciatura con el título "Estrategia para fortalecer la comunicación interna del Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa." 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



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

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

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

DEDICATORIA

A DIOS: A ti, Dios verdadero, por la bendición de la vida y la oportunidad de disfrutarla, por estar siempre a mi lado, mostrándome tu misericordia infinita y por darme la fortaleza y la oportunidad de concluir esta meta tan anhelada en mi vida.

A mis Padres: Francisco Escalante y Dora López, por su apoyo y su cariño, en especial por su esfuerzo para darme lo mejor desde mi niñez. Quiero dedicarles este triunfo como un merecido homenaje a su gran sacrificio y a su ejemplo de lucha.

A mis Hermanos: Mildred, Norma y Joel, por su apoyo incondicional, por sus consejos, por estar conmigo en los momentos de alegría y también en los momentos difíciles. Aunque estén lejos para mí es una dicha tenerlos.

A mi Esposo: Ronald López Noriega, por su entrega, dedicación y apoyo. Por su paciencia en los momentos difíciles de mi vida, en mis alegrías y en mi desesperación, en la salud y en la enfermedad. Eres una bendición en mi vida.

A mi Hijo: Joel Alexander, eres una preciosa joya que Dios me ha confiado. Recuerda siempre amado hijo, que en este esfuerzo para alcanzar la meta, tú has formado parte de mi motivación para ser un ejemplo en tu vida. Te amo mi amor lindo.

AGRADECIMIENTOS

A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA: mi alma Mater, que me brindo la oportunidad de trazar un camino en busca de mi superación profesional y académica.

A LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN: por la oportunidad de adquirir los conocimientos necesarios para ser una profesional.

A TODOS LOS DOCENTES: por compartir sus conocimientos.

A LA LICDA. SANDRA NOEMÍ HERNÁNDEZ Y HERNÁNDEZ: por su entrega, paciencia, dedicación y su asesoría brindada.

AL LICEO EN INFORMÁTICA COMERCIAL VILLA HERMOSA: por brindarme la oportunidad de poner en práctica mis conocimientos.

A LA FAMILIA SANABRIA LÓPEZ por su apoyo y amabilidad.

A LA LICDA. ANGELA YANETH SANABRIA LÓPEZ: por su confianza en mi persona, su disponibilidad y su apoyo brindado en todo momento, le expreso mi respeto y agradecimiento.

INDICE

RESUMEN.....	I
INTRODUCCIÓN.....	II
JUSTIFICACIÓN.....	III

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO.....	2
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO.....	2
1.1.1. Objetivo General.....	2
1.1.2. Objetivos Específicos.....	2
1.2. LA INSTITUCIÓN.....	2
1.2.1. Ubicación Geográfica.....	3
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas.....	3
1.2.3. Antecedentes o Historia	3
1.2.4. Departamentos o Dependencias.....	4
1.2.5. Misión.....	4
1.2.6. Visión.....	4
1.2.7. Objetivos Institucionales.....	5
1.2.8. Público Objetivo.....	5
1.2.9. Organigrama Institucional.....	6
1.3. METODOLOGÍA.....	7
1.3.1. Descripción del Método.....	7
1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección.....	8
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico.....	10
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS.....	11
1.4.1. Ficha de las entrevistas.....	11
1.4.2. Resultado de las entrevistas.....	12

1.4.3. Tabla comparativa, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados.....	13
1.4.4. Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas.....	14
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA.....	21
1.5.1. Fortalezas.....	21
1.5.2. Oportunidades.....	21
1.5.3. Debilidades.....	21
1.5.4. Amenazas.....	21

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....	23
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES.....	23
2.2. OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN.....	24
2.2.1. Objetivo General.....	24
2.2.2. Objetivos Específicos.....	24
2.3. PÚBLICO OBJETIVO.....	24
2.4. MENSAJE.....	25
2.5. ESTRATEGIAS.....	26
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN.....	27

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN.....	33
3.1. PROYECTO DESARROLLADO.....	33
3.1.1. Financiamiento.....	33
3.1.2. Presupuesto.....	33
3.1.3. Beneficiarios	34
3.1.4. Recursos Humanos.....	34

3.1.5. Área Geográfica de Acción.....	34
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS.....	35
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	41
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO (EVALUACIÓN).....	42
CONCLUSIONES.....	43
RECOMENDACIONES.....	44
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	45
BIBLIOGRAFÍA.....	49
E-GRAFÍA.....	50
ANEXOS.....	51
Transcripción completa de las entrevistas.....	52
Modelo de la encuesta.....	54
Fotografías.....	55
Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional.....	56
Ficha de evaluación.....	57

RESUMEN

Nombre de la Institución:

Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa

Nombre del Proyecto:

“ESTRATEGIA PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA DEL LICEO EN INFORMÁTICA COMERCIAL VILLA HERMOSA”.

Objetivos del Proyecto:

Objetivos Generales:

- Fortalecer la comunicación interna del Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa.

Objetivos Específicos:

- Diseñar un plan de comunicación, que proponga estrategias y acciones acertadas, para mejorar y solucionar las necesidades comunicacionales.
- Mejorar los procesos de comunicación interna a través de la implementación de diferentes canales de comunicación, que contribuyan al buen funcionamiento de la institución.

Sinopsis del proyecto:

Para fortalecer el proceso de comunicación interna en el Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa, se diseñó un plan de comunicación, que permitió el planteamiento de varias propuestas así como la implementación de estrategias y acciones, las cuales fueron puestas en práctica para dar solución a las necesidades detectadas en la institución. A través del uso de diferentes canales se difundió la información necesaria para mejorar los procesos de comunicación interna.

INTRODUCCIÓN

La comunicación en una organización es de gran importancia, ya que gracias a ésta el trabajo en equipo es más eficiente, ayuda a tener un armonioso ambiente laboral donde los malentendidos disminuyen y se logran mejores resultados dentro de las diferentes áreas. La comunicación interna es una herramienta clave para motivar al equipo humano, mejorar el rendimiento, retener a los mejores y potenciar el sentido de pertenencia del personal interno.

El presente proyecto comprende la propuesta y ejecución de una estrategia comunicacional para el Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa, con el objetivo principal de fortalecer la comunicación interna de la institución y con ello contribuir al desarrollo eficiente de sus actividades.

Para diseñar e implementar una estrategia adecuada y confiable, se desarrolló un diagnóstico comunicacional en el cual se utilizaron las técnicas de observación directa, análisis del FODA, entrevistas y encuestas al personal interno. La aplicación de todas estas técnicas, permitió detectar la necesidad de realizar una estrategia de comunicación que permita fortalecer la comunicación a través del uso e implementación de diferentes canales de comunicación.

JUSTIFICACIÓN

La Universidad de San Carlos de Guatemala y la Escuela de Ciencias de la Comunicación ofrecen la oportunidad de poner en práctica la teoría aprendida durante años de estudio, mediante el Ejercicio Profesional Supervisado –EPS-, el cual consta de 300 horas para desarrollar un proyecto de comunicación, previo a optar al título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

Hoy en día es una necesidad en las organizaciones contar con una herramienta de Gestión en la Comunicación Interna, que permita mejorar los flujos de comunicación y conectar eficientemente el trabajo mediante la participación de su público interno, promoviendo la eficiencia, competitividad y cooperación.

De acuerdo al diagnóstico comunicacional realizado en el Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa, se determinó que actualmente no se tiene un plan de comunicación interna y se evidenció que existe deficiencia en el conocimiento de la visión, misión y objetivos de la institución. Por esta razón se hace necesario proponer estrategias y acciones adecuadas que busquen solucionar las necesidades detectadas y mejoren los procesos de comunicación; para ello se implementaron nuevos canales de difusión e información con el propósito de motivar al personal interno y promover el sentido de pertenencia.

La presente investigación contribuye a mantener una comunicación efectiva que es un elemento esencial del éxito de cualquier organización y que es tarea no solamente del administrador sino de todos los miembros del equipo de trabajo.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

Diagnóstico de la comunicación interna del Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa.

1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1. Objetivo General

Realizar un diagnóstico que permita conocer la realidad comunicacional interna, del Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Conocer el clima laboral de la institución.
- Determinar los canales de comunicación interna que utiliza el personal del Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa.
- Establecer el nivel de conocimiento que tienen los colaboradores sobre la misión, visión, objetivos y políticas de la institución.

1.2. LA INSTITUCIÓN

El Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa (LVH), es una institución educativa privada, que se caracteriza por tener una proyección humanista y por impartir a los alumnos enseñanza de tipo presencial, con el fin de facilitar el aprendizaje, desarrollando habilidades, valores creencias y buenos hábitos de sus estudiantes.

Imparte los niveles de:

- Educación pre-primaria
- Educación primaria
- Educación secundaria (básicos)
- Diversificado con carreras especializadas

1.2.1. Ubicación Geográfica

Se encuentra ubicado en 33 av.17-83 Zona 7, Villa Hermosa I, San Miguel Petapa.

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

Actualmente el Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa, es una entidad privada que no cuenta con ninguna alianza estratégica para su funcionamiento.

1.2.3. Antecedentes o Historia

En enero de 1986, surge el Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa, fundado por el profesor Gustavo Alfonso Sanabria Ayala y su cónyuge, María Haydeé López de Sanabria. Esta propuesta surge por medio de una petición de los padres de familia de esta localidad, siendo así el primer colegio fundado en dicha zona.

El centro educativo empieza a prestar sus servicios en una casa particular, la cual estaba ubicada en el sector 3, Manzana M, Lote 24 de Villa Hermosa 1, con los niveles de pre-primaria y primaria.

El proceso educativo da inicio con 80 alumnos y 5 docentes: Mayra Sanabria, Yaneth Sanabria, Betty Sanabria, Amarilis Sanabria y Emma Mencos de Solares. Un año más tarde el centro educativo se traslada a su actual ubicación que corresponde a la 33 av.17-83 Villa Hermosa I, San Miguel Petapa. Con el paso de los años las instalaciones se han ampliado y mejorado, en la actualidad existen 3 niveles de aulas las cuales son ocupadas por el nivel primario, básico y diversificado. Cuenta con cancha deportiva techada, taller de mecánica y cafetería.

Su aniversario se celebra el mes de abril en honor a la fecha de cumpleaños de su fundador.

1.2.4. Departamentos o Dependencias

- **Dirección:** la función principal será dirigir y liderar el proyecto educativo institucional.
- **Coordinación Académica:** es el ente de la organización, encargado de coordinar todas las acciones para garantizar la eficacia y efectividad de servicio educativo ofrecido. Está conformada por las coordinaciones de preescolar, primaria, básicos y diversificado.
- **Secretaría:** es la encargada de todo el manejo de la información legal de la institución educativa.
- **Docencia:** vela por fortalecer las necesidades básicas de los estudiantes y el apoyo directo a su desarrollo académico.

1.2.5. Misión

“Somos una institución que presta servicios educativos con alto nivel competitivo, con el fin de formar niños y jóvenes, respetuosos, responsables, caritativos, competentes y con liderazgo. A través de personal docente y administrativo altamente motivado y capacitado con orientación en avances tecnológicos”.

1.2.6. Visión

“Ser una institución educativa líder en la formación de niños y jóvenes guatemaltecos, responsables, competitivos, éticos y honrados. A través de un servicio de calidad, en el desarrollo de competencias que responden a altos estándares, mediante un proceso pedagógico que reconoce la individualidad y promueve la autonomía del estudiante”.

1.2.7. Objetivos Institucionales

- Formar individuos responsables socialmente, actores en el desarrollo y la transformación del país.
- Brindar una adecuada formación, basada en estrategias cognitivas y el manejo apropiado de información, que contribuya al desarrollo de nuestros estudiantes.
- Ofrecer oportunidades para que la y el estudiante exploren sus afinidades temáticas, combinen sus destrezas y habilidades desarrolladas, fortalezcan su desempeño físico, muestren sus inclinaciones artísticas y expresivas, aumenten su pensamiento y su posicionamiento crítico frente al medio que le rodea, y se encaminen al descubrimiento de su vocación personal y profesional.
- Respetar, promover y defender los valores humanos, para una mejor convivencia social.
- Promover las actividades extraescolares, artísticas y deportivas, despertando en el estudiante la confianza y la automotivación.

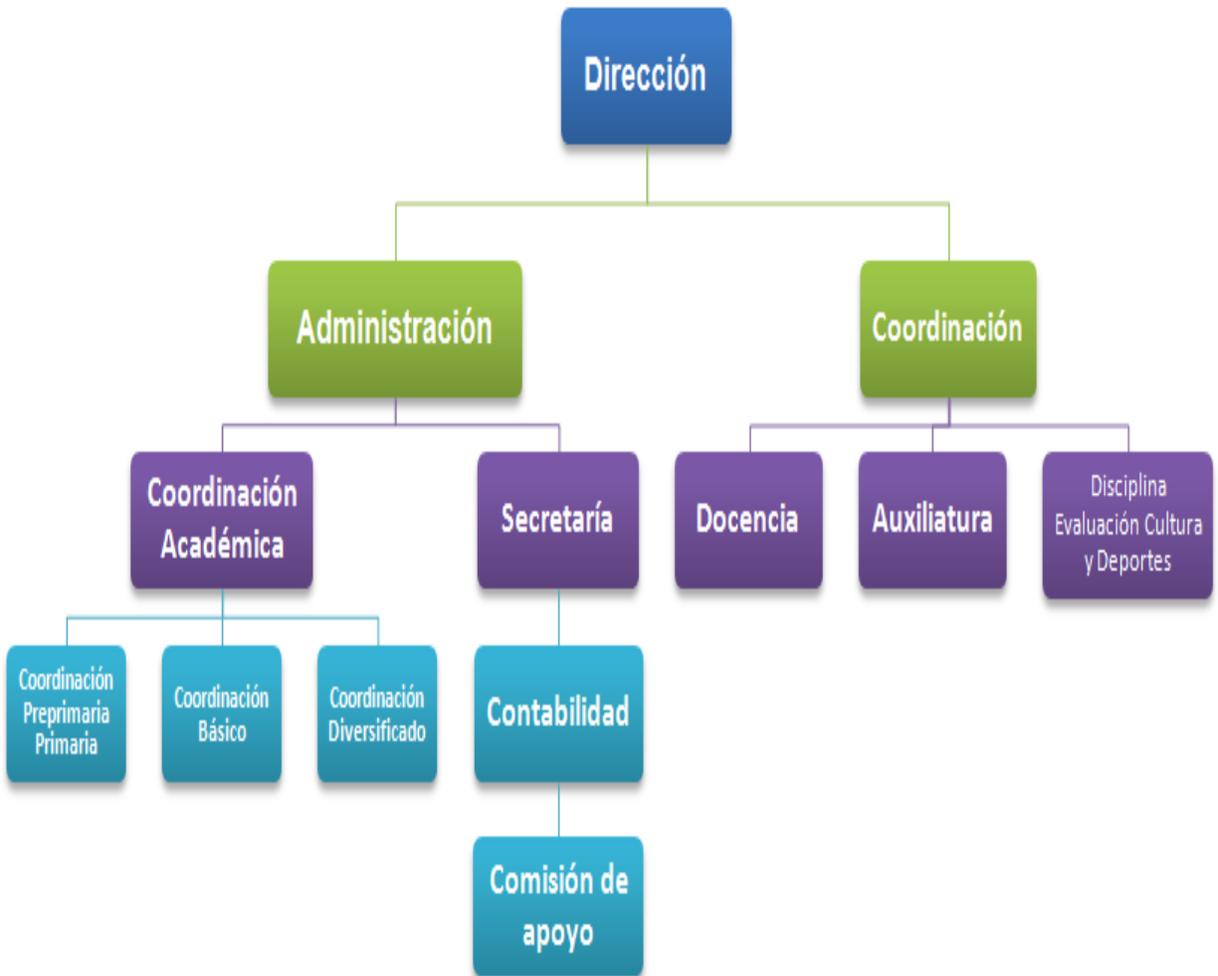
Nuestra política se manifiesta, mediante nuestro firme compromiso en una actitud abierta y accesible, tanto a nuestro personal como a padres de familia y alumnos, con el fin de impulsar el desarrollo humano, guiados por los valores de:

Respeto, confianza, entusiasmo, amabilidad y motivación.

1.2.8. Público Objetivo

El público objetivo del presente estudio, corresponde al personal directivo y docente del Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa.

1.2.9. Organigrama Institucional



Fuente: Archivo Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa

1.3. METODOLOGÍA

1.3.1. Descripción del Método

“El método es un proceso, técnica o forma de hallar un resultado fiable de acuerdo a un plan o modelo definido y estructurado, siguiendo los principios de la lógica y el orden.”¹

Para llevar a cabo esta investigación se aplicaron distintos métodos que facilitaron el análisis de la información requerida para el desarrollo de los objetivos planteados. Los métodos utilizados son el método descriptivo e inductivo que comprenden la descripción, análisis e interpretación.

Con el propósito de obtener un panorama lo más preciso posible de la situación comunicacional interna del Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa, se realizó una búsqueda de todos los aspectos que conforman a la institución, su historia, su estructura y su filosofía para establecer contacto con la realidad a fin de conocerla mejor.

Se llevó a cabo el diagnóstico de comunicación, donde se aplicaron distintas técnicas que permitieron obtener la información necesaria para alcanzar los objetivos planteados.

Para definir el problema a investigar, se procedió con la técnica de observación, que permitió describir la situación sin influir en ella de ninguna manera; se hicieron entrevistas a los directivos de la institución y se recolectaron datos para obtener información relacionada al problema, afianzándonos del uso de las encuestas, las cuales fueron aplicadas a una muestra representativa de 37 colaboradores internos.

¹ <http://comofuncionaque.com/que-es-el-metodo/>

“La encuesta es una técnica o método de recolección de información en donde se interroga de manera verbal o escrita a un grupo de personas con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación”.²

“La entrevista es una técnica de recopilación de información mediante una conversación profesional”.³

Finalmente a través del análisis de los datos obtenidos se identificó el problema existente y se procedió a la búsqueda de estrategias acertadas para darle solución a las necesidades detectadas.

1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección

Las técnicas que se utilizaron a lo largo del proyecto, incluyen: la observación directa, entrevista y encuestas. Técnicas cualitativas y cuantitativas, por medio de las cuales se obtuvieron los resultados para el diagnóstico. “En algunos casos, el investigador utiliza varias formas de medición para tener diferentes enfoques sobre las variables”. (Hernández Sampieri, Collado y Baptista, 2000, p.325).

- **Observación directa:** realizada durante todo el proceso del diagnóstico.
- **Entrevistas:** realizadas a directivos.
- **Encuestas:** realizadas a todo el personal de la institución.

- **Observación**

Se observaron las distintas áreas de trabajo dentro del Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa, instalaciones, equipo, mobiliario, recursos humanos y actividades que realizan.

² <http://www.crecenegocios.com/que-es-una-encuesta/>

³ <http://metodologia02.blogspot.com/p/tecnicas-de-la-investigacion.html>

Con esta técnica, se pudo detectar que no se cuenta con una estrategia de comunicación interna y que la información que corresponde a la misión, visión y objetivos de la institución está en los archivos, pero no se cuenta con canales de comunicación establecidos para darla conocer a los colaboradores.

- **Entrevistas**

Las entrevistas ayudan a entender la postura de los informantes ante una situación determinada, a reconstruir experiencias pasadas, obtener descripciones de sucesos que son obtenidos normalmente a través de la observación y a fomentar la confianza entre el investigador y el informante (Lindlof,1995).

Esta técnica se llevó a cabo mediante el diálogo planificado con las autoridades del Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa, para conocer las distintas opiniones sobre cómo se maneja la comunicación interna en la institución.

- **Encuesta**

Esta técnica permitió recolectar datos e información importante con respecto a la percepción de los colaboradores en relación a la comunicación interna del Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa. La encuesta fue dirigida a una muestra representativa de 37 colaboradores, de los cuales 21 corresponden al género femenino y 16 al género masculino.

Con el propósito de que la información obtenida fuera lo más objetiva posible, únicamente se solicitó el género y la edad del encuestado.

1.3.3. Cronograma del Diagnóstico

	Actividades del proyecto	Período de tiempo (Expresado en meses y semanas)																		
		Enero					Febrero													
		Semana No.					Semana No.													
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5									
D I A G N Ó S T I C O EPS	Asistencia al Propedéutico del Diagnóstico				■															
	Recepción de formulario para redactar carta de solicitud de práctica					■														
	Entrega de carta para solicitud de práctica						■													
	Entrega de carta de aceptación para práctica							■												
	Reconocimiento de la organización (observación)						■													
	Reunión con Directivos						■													
	Diseño y revisión de encuestas						■	■												
	Elaboración del Diagnóstico						■	■	■	■										
	Redacción de informe general del Diagnóstico						■	■	■	■										
	Elección de método a ejecutar en el Diagnóstico							■												
	Entrega de encuestas al personal							■												
	Tabulación de encuestas							■												
	Análisis sobre datos recolectados								■											
	Elaboración de FODA sobre situación de la institución									■										
	Reunión con Directivos										■									
	Entrevista a Directivos del Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa											■								
	Análisis de las entrevistas realizadas												■							
	Revisión final del Diagnóstico													■						
	Impresión del Diagnóstico																			■
	Entrega del Diagnóstico																			■

Fuente: Epesista Ana Escalante

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

1.4.1. Ficha de las entrevistas

Ficha de entrevista No.01	
	Fecha: 23/02/16 Hora: 10:00 a.m.
DATOS DEL ENTREVISTADO	
Nombre y apellidos:	<u>Licda. Angela Yaneth Sanabria López</u>
Cargo:	<u>Directora</u>
Institución:	<u>Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa</u>
Tema:	<u>La Comunicación Interna</u>
Entrevistador:	<u>Epesista, Ana Escalante.</u>

Fuente: Epesista Ana Escalante

Ficha de entrevista No.02	
	Fecha: 23/02/16 Hora: 11:25 a.m.
DATOS DEL ENTREVISTADO	
Nombre y apellidos:	<u>Mayra Judith de Ramírez</u>
Cargo:	<u>Coordinadora Académica</u>
Institución:	<u>Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa</u>
Tema:	<u>La Comunicación Interna</u>
Entrevistador:	<u>Epesista, Ana Escalante.</u>

Fuente: Epesista Ana Escalante

1.4.2. Resultado de las entrevistas

Para tener claridad del proceso de comunicación que se maneja a nivel interno, se realizaron entrevistas a las autoridades de la institución y se obtuvieron los siguientes resultados:

La forma de transmitir información actualizada hasta el momento, ha estado a cargo de la dirección, y se efectúa en forma verbal, por circulares, memorándum y reuniones de trabajo.

Las autoridades indicaron que el proceso de comunicación interna ha sido eficiente en la manera en que se ha realizado pero es necesario y de gran importancia encontrar nuevas formas de informar y comunicar.

La Dirección reconoce que no se ha fomentado debidamente la información institucional, y considera que si los empleados no conocen a profundidad la Visión, Misión y objetivos de la institución se corre el riesgo de no trabajar en la misma sintonía.

Para motivar al equipo humano y lograr que se sienta satisfecho de pertenecer a la institución, se les demuestra que son muy importantes como personas y como profesionales.

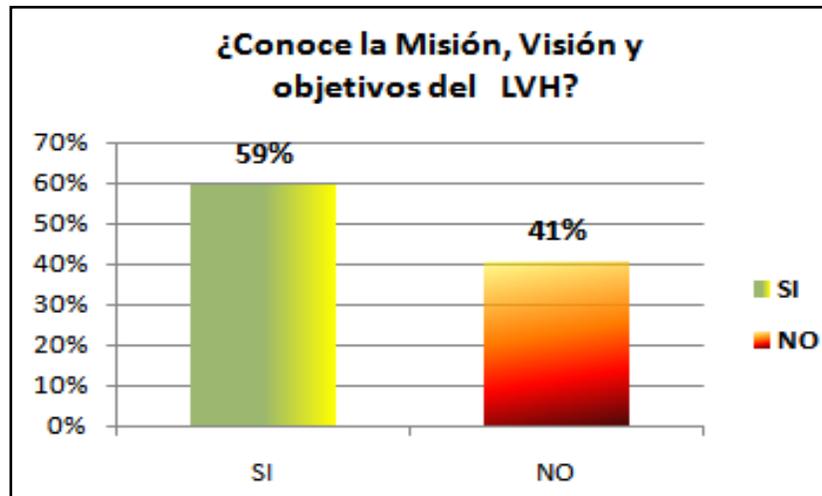
1.4.3. Tabla comparativa, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados

Entrevistadas	Puntos de encuentro	Disensos
<p>Licda. Angela Yaneth Sanabria López, Directora</p> <p>Mayra Judith de Ramírez, Coordinadora Académica</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La forma de comunicación actual se realiza en forma verbal, por memorándum, circulares y reuniones de trabajo. • Todas las personas internas involucradas en una organización deben ser tratadas con respeto. • Todo el personal que pertenece a la institución debe trabajar en una sola línea sin perder los objetivos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se encuentran distintas ideas en relación al tema de comunicación interna. • Distintos puntos de vista en relación a los problemas que podrían perjudicar a la entidad, por el mal manejo de la comunicación interna. • Un punto de vista sostiene, que es importante ejecutar un plan para el fortalecimiento de la comunicación interna. Mientras que la otra parte considera que la información se traslada, el conocimiento de la misma es responsabilidad del que la recibe.

Fuente: Epesista Ana Escalante

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

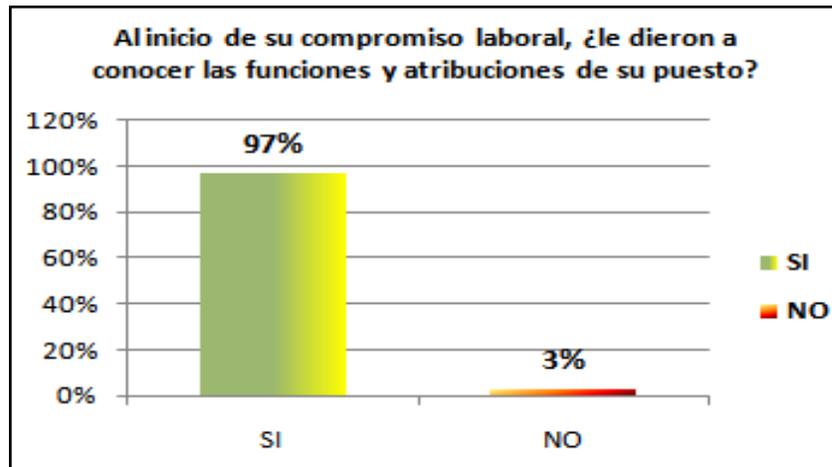
Gráfica No.01



Fuente: Epesista Ana Escalante

Los resultados en esta pregunta indican que 41% del personal interno del Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa, desconoce la Misión, Visión y objetivos, lo cual representa un indicador importante de la necesidad que tiene la institución de fomentar y divulgar la Filosofía Empresarial.

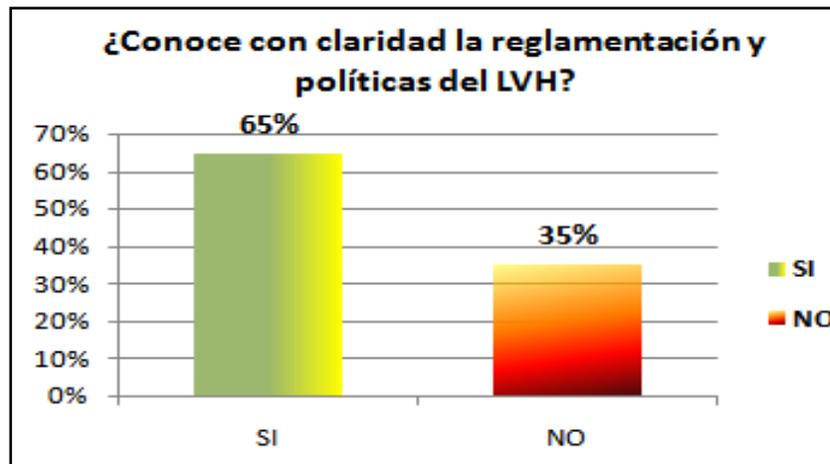
Gráfica No.02



Fuente: Epesista Ana Escalante

Del total de personas encuestadas el 97% indicó que si le dieron a conocer las funciones y atribuciones de su puesto, y aunque el porcentaje negativo es menor se le debe de prestar atención ya que la afirmación debió ser al 100%.

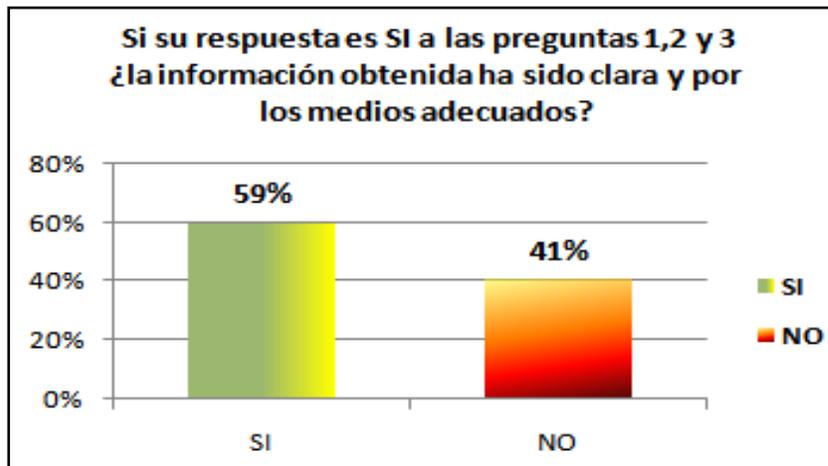
Gráfica No.03



Fuente: Epesista Ana Escalante

En esta gráfica se observa que no todo el personal conoce la reglamentación y las políticas de la institución, esto debido a que no se tiene un documento oficial donde se pueda consultar esta información.

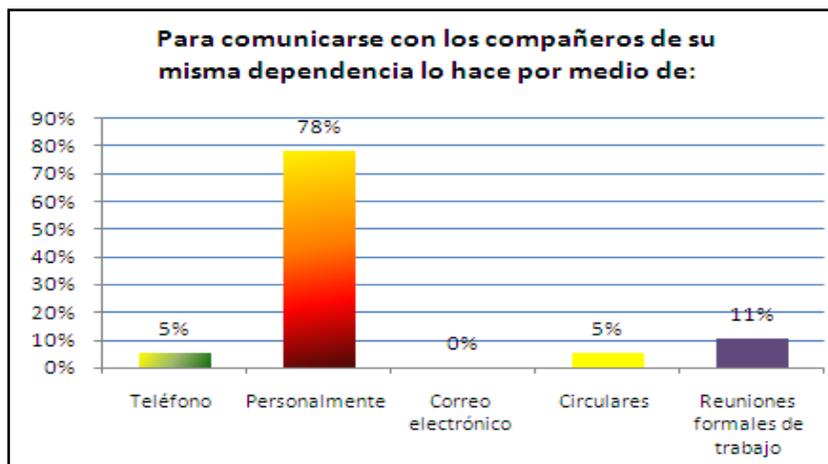
Gráfica No.04



Fuente: Epesista Ana Escalante

Que el personal interno tenga un amplio conocimiento de la institución a la que pertenece, es de gran importancia. En esta gráfica los resultados evidencian que el 41% del personal no tiene clara la Misión, Visión, objetivos y reglamentación de la empresa, representando una alerta de riesgo de perder la sintonía.

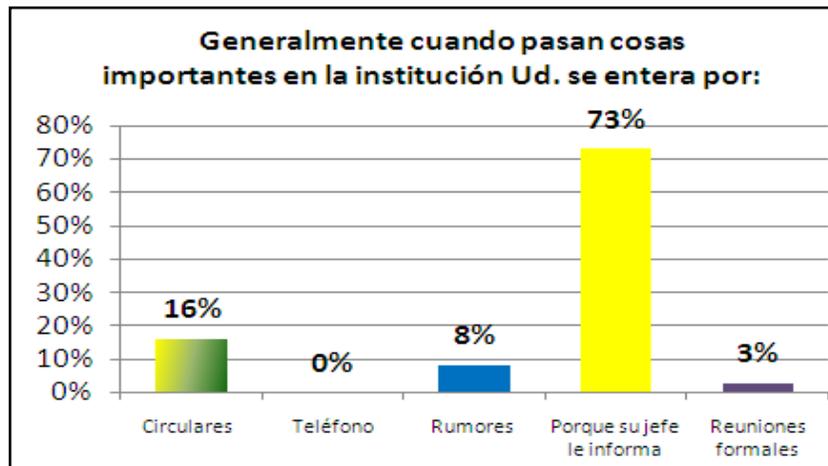
Gráfica No.05



Fuente: Epesista Ana Escalante

A través de esta gráfica se observa que el medio más utilizado para comunicarse con los compañeros es en forma personal.

Gráfica No.06



Fuente: Epesista Ana Escalante

Esta gráfica refleja que el medio por el cual los empleados reciben mayor flujo de información es a través de su jefe inmediato el cual transmite los datos importantes en forma directa.

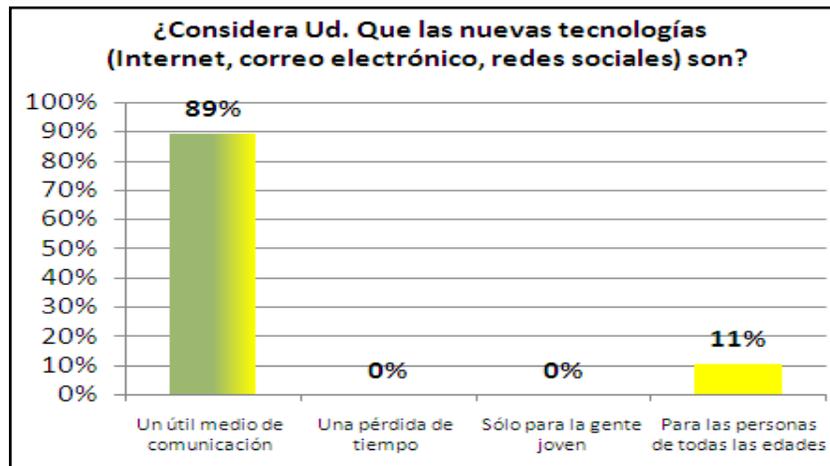
Gráfica No.07



Fuente: Epesista Ana Escalante

En esta gráfica se refleja que el 100% de los participantes está de acuerdo en apoyar los proyectos que ayuden a mejorar la comunicación. Este resultado es de suma importancia ya que representa una fortaleza para la institución.

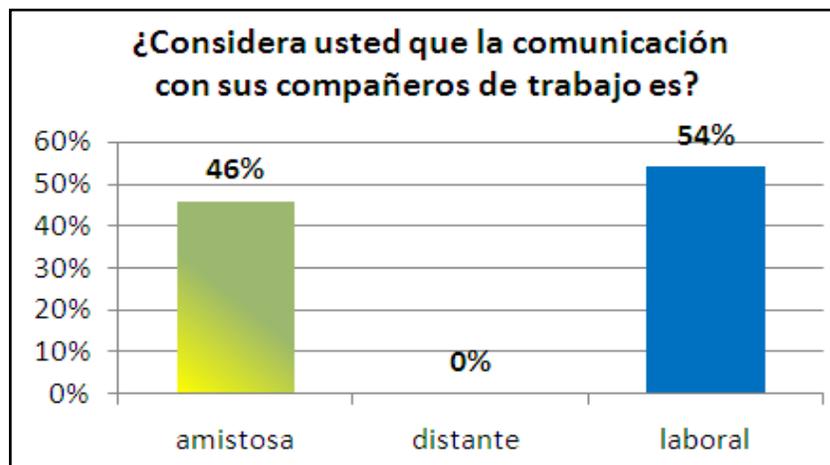
Gráfica No.08



Fuente: Epesista Ana Escalante

La mayor parte de los encuestados considera que las nuevas tecnologías representan un útil medio de comunicación.

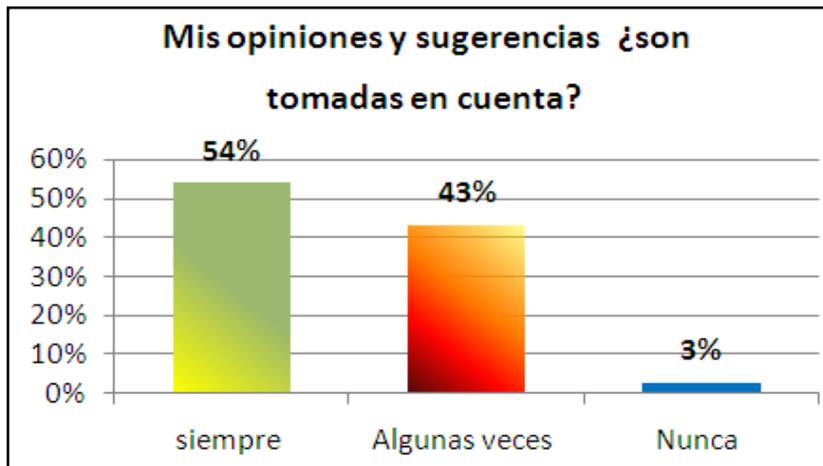
Gráfica No.09



Fuente: Epesista Ana Escalante

Este resultado indica que la mayoría de los encuestados considera que la comunicación con los compañeros es únicamente laboral.

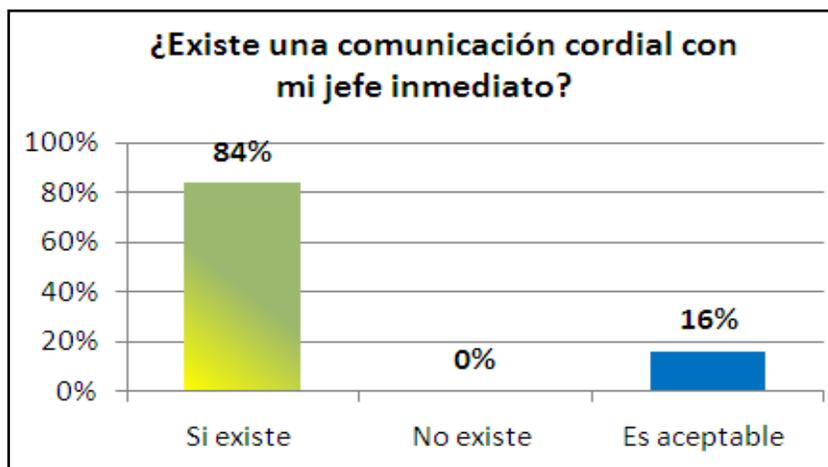
Gráfica No.10



Fuente: Epesista Ana Escalante

En esta gráfica se observa que más de la mitad del personal encuestado respondió que sus opiniones siempre son tomadas en cuenta.

Gráfica No.11



Fuente: Epesista Ana Escalante

La comunicación con el jefe inmediato siempre debe ser satisfactoria para fortalecer las relaciones laborales. En esta pregunta la mayoría respondió que si existe una buena comunicación con su jefe inmediato.

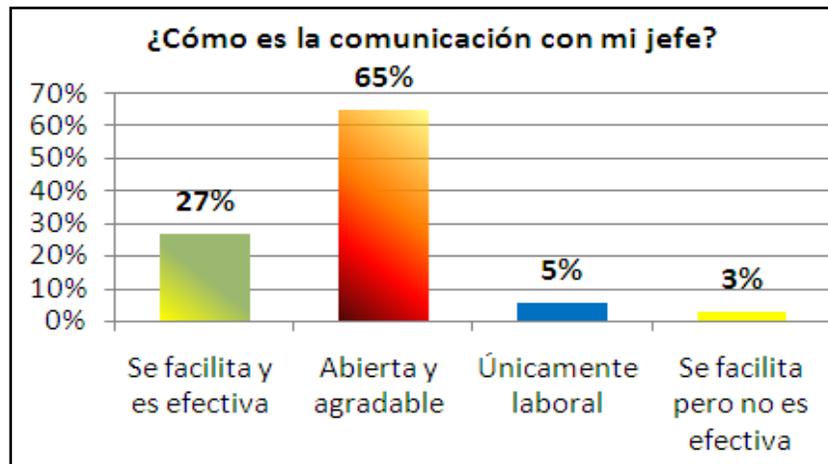
Gráfica No.12



Fuente: Epesista Ana Escalante

Los resultados evidencian que la mayoría de encuestados consideran que el jefe inmediato comunica efectivamente todos los requerimientos de su trabajo.

Gráfica No.13



Fuente: Epesista Ana Escalante

El éxito de las buenas relaciones laborales dependerá en gran medida de la comunicación que el jefe sostiene con los subalternos. A través de esta gráfica se puede observar que en el Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa, existe una buena relación laboral ya que la mayoría de los encuestados indicó que la comunicación con su jefe es abierta y agradable.

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA

1.5.1. Fortalezas

- La Dirección ejerce buen liderazgo y tiene excelente relación con los empleados.
- Disponibilidad a proporcionar cualquier información que ayude a la elaboración de estrategias en beneficio de la institución educativa.
- La Dirección y los colaboradores se muestran comprometidos a la implementación de estrategias que ayuden a la mejora continua.

1.5.2. Oportunidades

- Tecnología e instalaciones adecuadas a las necesidades.
- Implementación de diferentes canales de comunicación que difundan la información de manera clara e inmediata.
- Creación de un manual que permita que los empleados conozcan todos los aspectos relacionados a la institución.
- Mejora continua de la relación entre colaboradores y autoridades, a través de nuevas herramientas de comunicación.

1.5.3. Debilidades

- No existen manuales o folletos que proporcionen información de la institución al personal interno.
- El 41% del personal, desconoce la Misión, Visión y Objetivos de la institución.
- Falta de personal experto en el área de comunicación.
- Carencia de estrategias y planes de acción para mejorar la comunicación interna.
- El personal no tiene formación de la importancia de la comunicación en la institución.

1.5.4. Amenazas

- La utilización de los mismos canales de comunicación, no permite evolucionar y adecuarse a las exigencias y necesidades actuales.
- Si existe deficiencia en el conocimiento de la institución, el personal puede desorientarse y no ir de acorde a la dirección de la empresa.
- Si no se implementa un plan de comunicación que proponga estrategias acertadas, el proceso de comunicación puede debilitarse.

Fuente: epesista Ana Escalante.

CAPITULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

El Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa, es una entidad educativa privada que cuenta con una larga trayectoria institucional y tiene un clima laboral favorable, pero carece de personal específico para el Área de Comunicación e Información.

El papel de comunicar e informar ha estado a cargo de la dirección, quien lleva todo tipo de mensaje a sus subalternos. Los canales de comunicación que se utilizan para dar a conocer la información interna son: verbal, teléfono, circulares, memorándum y reuniones de trabajo.

La institución aparentemente no tiene problemas en su comunicación interna, sin embargo en base al análisis realizado por medio del Diagnóstico, se detectaron las siguientes deficiencias:

- a) No se contempla un plan de comunicación que proponga estrategias y acciones para fortalecer la comunicación interna.
- b) Falta de divulgación de la filosofía empresarial; como consecuencia existe deficiencia en el conocimiento de la misma.
- c) Falta de implementación de distintos canales de comunicación para informar acerca de sus actividades.

Todas estas necesidades requieren soluciones mediante la puesta en práctica de acciones de comunicación, con la finalidad de fortalecer los procesos comunicacionales y obtener resultados efectivos.

2.2. OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN

2.2.1. Objetivo General

- Diseñar un plan de comunicación interna, que proponga estrategias y acciones acertadas, para mejorar y solucionar las necesidades comunicacionales detectadas en el diagnóstico.

2.2.2. Objetivos Específicos

- Elaborar un documento que permita comunicar y fortalecer la filosofía empresarial.
- Establecer canales de comunicación adecuados, que contribuyan al fortalecimiento de la comunicación.
- Capacitar al personal interno sobre la importancia de mejorar la comunicación interna en la institución.

2.3. PÚBLICO OBJETIVO

Personal directivo y docente que labora en el Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa.

- **Datos Demográficos:**

Hombres y mujeres de 17 y 69 años de edad. Solteros y casados, de nacionalidad guatemalteca, con educación primaria, secundaria y superior.

- **Datos Psicográficos:**

Personas con interés en medios de comunicación escritos, internet y redes sociales.

2.4. MENSAJE

“El mensaje debe ser producto de un trabajo minucioso y comprometido con el cliente, para llegar al público de forma clara y que cumpla con su cometido”⁴.

Este mensaje contiene un tono amigable, para que los colaboradores del Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa, tengan la certeza de que forman parte de un gran equipo. Su propósito principal es fortalecer el sentido de pertenecía y crear conciencia que sólo con una adecuada comunicación se logran avances significativos en beneficio de ellos mismos y de la institución.

**¡Somos un equipo,
nos comunicamos
y AVANZAMOS!**

⁴ <http://redgrafica.com/El-mensaje-un-concepto-clave-de-la-comunicacion>

2.5. ESTRATEGIAS

“Creación de manual y afiche, para fortalecer la Filosofía Empresarial”.

Acciones

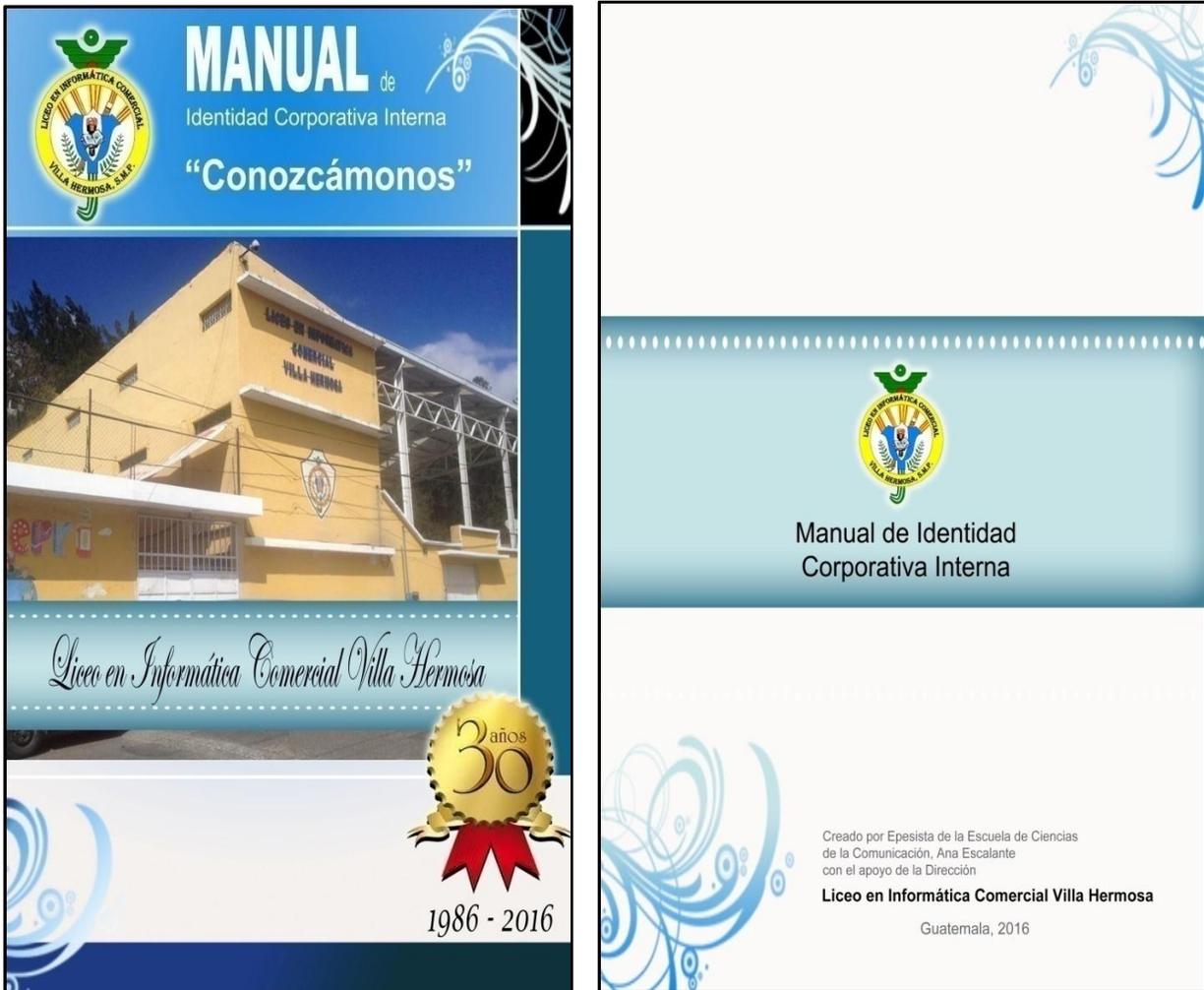
- Diseño de Manual de la Organización
- Diseño de afiche que contiene la Misión y Visión.

- “Fortalecer la comunicación interna del personal directivo y docente”.

Acciones

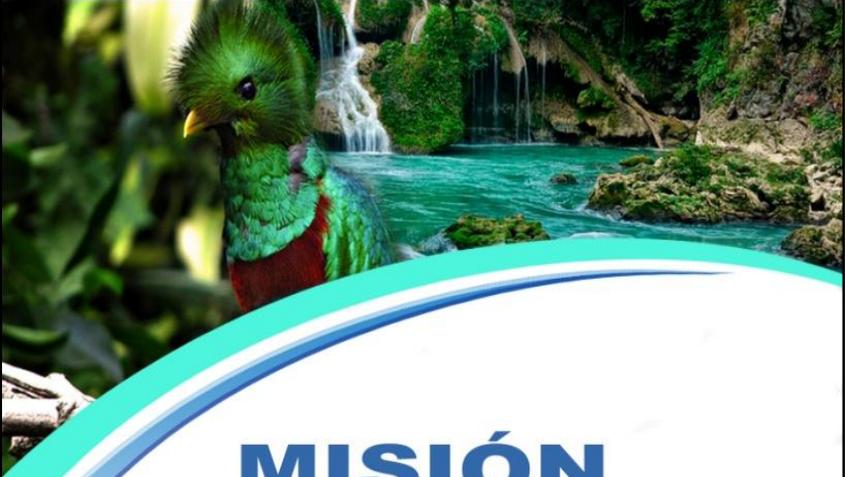
- Taller de Comunicación Interna
- Diseño de Boletín Informativo Interno

2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN



Diseño de la portada y contraportada del Manual de la Organización. Elaborado por epesista Ana Escalante.

Formato:	impreso
Tamaño:	carta
No. Páginas:	24
Total de documentos:	32



MISIÓN

“Somos una institución que presta servicios educativos con alto nivel competitivo, con el fin de formar niños y jóvenes, respetuosos, responsables, caritativos, competentes y con liderazgo. A través de personal docente y administrativo altamente motivado y capacitado con orientación en avances tecnológicos”.

VISIÓN

“Ser una institución educativa líder en la formación de niños y jóvenes guatemaltecos, responsables, competitivos, éticos y honrados. A través de un servicio de calidad, en el desarrollo de competencias que responden a altos estándares, mediante un proceso pedagógico que reconoce la individualidad y promueve la autonomía del estudiante”.



Diseño de afiche que contiene la Misión y Visión.
Elaborado por epesista Ana Escalante

- **Taller de Comunicación Interna**

Actividades

- ✓ Charla sobre importancia de la comunicación
- ✓ Información de implementación de nuevos canales de comunicación.
- ✓ Entrega de material impreso e inducción de su uso.
- ✓ Agradecimiento
- ✓ Refrigerio

TALLER DE COMUNICACIÓN INTERNA	
PROGRAMA	
Fecha:	10/06/2016
Hora:	10:30 a.m.
Lugar:	Liceo Villa Hermosa
Expositor:	Ana Escalante/ Epesista Licda. Yaneth Sanabria/ Directora
Invitados:	Personal que labora en el Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa
Tema :	Importancia de la Comunicación Interna y uso del Manual de la Institución
Objetivo:	Aumentar la identidad institucional en un clima de confianza y motivación, dando a conocer la importancia que tiene la comunicación interna en las instituciones.
Duración:	2 horas
Contenido:	*Que es la Comunicación Interna *Porque es importante la Comunicación Interna *Uso de nuevos canales de comunicación *Distribución de canales de comunicación

Programa del Taller de Comunicación Interna

Nuestra Voz BOLETÍN INTERNO No.01 Edición Especial MAYO/2016

Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa



Estimado colaborador:

Realizamos este boletín interno con el propósito de reforzar la comunicación entre todos los colaboradores y hacerte saber lo importante y valioso que eres para nosotros.

En esta primera edición encontrarás información de las actividades a realizarse este mes y de las realizadas en el mes de abril en el cual se celebró el 30 aniversario de nuestra institución el cual lo celebraremos contigo.

Atentamente,

LA DIRECCIÓN

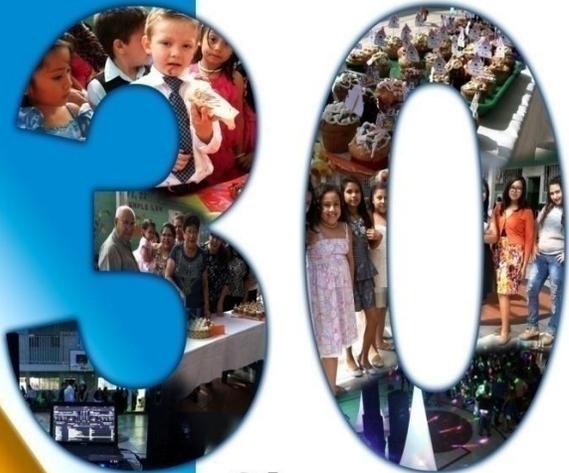
Gracias a ti

¡SEGUIMOS AVANZANDO!



Feliz Aniversario

1986 - 2016



años

Ir juntos es **comenzar**.

Mantenerse juntos es **progresar**.

Trabajar juntos es **triunfar**.

Henry Ford



Celebrando nuestro Aniversario

Diseño de Boletín Informativo Interno. Elaborado por epesista Ana Escalante.

CELEBRANDO EL DÍA DE LA MADRE



Junto a nuestros niños de Guatemala, la empresa MALHER ®, Colegio Cristiano Nueva Nación y el Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa, prepararon una sorpresa a mamá, con la grabación en nuestras instalaciones del proyecto "Cambios de Receta". Posteriormente se difundió el video en redes sociales con el título: "Día de la Madre MALHER ®".

¡Felicidades a todas las mamás compromedidas de Guatemala!

FINALIZA CAMPEONATO DE BALONCESTO LVH 2016

Como parte de nuestro compromiso de promover el deporte en los niños y jóvenes, a partir del mes de febrero se llevó a cabo el campeonato de Baloncesto, con la participación de todos los alumnos y la motivación de todos los docentes. Con mucha alegría y entusiasmo el mes de mayo se hizo entrega de medallas al 1er. Lugar, así como trofeos del 1ro. Al 3er lugar.

¡Felicidades a todos los alumnos ganadores!

Con la misma motivación informamos que este mes dará inicio el campeonato en la disciplina de fútbol sala.

Categorías: infantil, infanto juvenil y juvenil.
Rama: masculina y femenina.




f Liceo Villa Hermosa

Nuestro Espacio

La historia del carpintero

Había una vez un viejo carpintero que, cansado ya de tanto trabajar, estaba listo para retirarse y dedicar tiempo a su familia.

Así se lo comunicó a su jefe, y aunque iba a extrañar su salario, necesitaba retirarse y estar con su familia, de alguna forma sobreviviría.

Al contratista le entristeció mucho la noticia de que su mejor carpintero se retiraría y le pidió de favor, que si le podía construir una casa más antes de retirarse.

El carpintero aceptó la proposición del jefe y empezó la construcción de su última casa a pero, a medida que pasaba el tiempo, se dio cuenta de que su corazón no estaba de lleno en el trabajo.

Arrepentido de haberle dicho que sí a su jefe, el carpintero no puso el esfuerzo y la dedicación que siempre ponía cuando construía una casa y la construyó con materiales de calidad inferior.

Esa era, según él, una manera muy desafortunada de terminar una excelente carrera, la cual le había dedicado la mayor parte de su vida.

Cuando el carpintero terminó su trabajo el contratista vino a inspeccionar la casa. Al terminar la inspección le dio la llave al carpintero y le dijo: "Esta es tu casa, mi regalo para ti y tu familia por tantos años de buen servicio".

El carpintero sintió que el mundo se le iba, grande fue la vergüenza que sintió al recibir la llave de la casa, su casa.

Si tan solo él hubiese sabido que estaba construyendo su propia casa, lo hubiese hecho todo de una manera diferente.

Así también pasa con nosotros: Tú eres el carpintero. Cada día martillas un clavo, pones una puerta o una pared.

"La vida es un proyecto que haces tú mismo".



HUMOR



ES CARPINTERO. CUANDO NO ERA CHUQUITO NO JUGABA COMPUTADORES, NI PLAYSTATION, NI CEBOLLOS, NI CAMPES DE DEBUTTES, LOS 24 HORAS, NI...

NO SIGAS, PD. ME VES A HACER UN CLAVO...



FELIZ CUMPLEAÑOS
MAYO

Flavio Alvarado
Luis Vásquez
Gabriela Figueroa

JUNIO

Rubén Oliva
Jennifer Rodas
Sandra Figueroa
Shery Ochoa

Contenido del Boletín Informativo Interno.
Diseño elaborado por epesista Ana Escalante.

Formato:	impreso
Tamaño:	media carta
Periodicidad:	bimestral
No. Páginas:	4
Boletines impresos:	35

CAPITULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. PROYECTO DESARROLLADO

“Estrategia para fortalecer la comunicación interna del Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa”.

3.1.1. Financiamiento

El financiamiento para cubrir los gastos correspondientes a las acciones evidenciadas en el proyecto comunicacional, lo absorbió el Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa y la epesista Ana Escalante.

3.1.2. Presupuesto

Cantidad	Descripción del producto	Financista	Precio Unidad	Total
	Manual de la Organización			
320	Impresión en hojas t/carta doble cara a color	LVH	Q1.00	Q320.00
64	Impresión de portada y contraportada full color	LVH	Q3.00	Q192.00
32	Empastado	Epesista	Q5.00	Q160.00
	Taller de Comunicación Interna			
1	Salón para el taller	LVH	Q0.00	Q0.00
3	Tableros y mantelería	LVH	Q20.00	Q60.00
25	Refacción	Epesista/LHV	Q8.00	Q200.00
	Productos impresos			
2	Impresión de afiche	Epesista	Q30.00	Q60.00
1	Enmarque de afiche	Epesista	Q70.00	Q70.00
35	Impresión boletín informativo t/carta doble cara, full/c.	LVH	Q3.00	Q105.00
25	Impresión de invitación para Taller de Comunicación	LVH	Q0.60	Q15.00
	Servicios Profesionales			
1	Asesoría Comunicacional	Epesista	Q6,000.00	Q6,000.00
1	Diseño Gráfico	Epesista	Q2,000.00	Q2,000.00
	TOTAL			Q9,182.00
	FINANCIAMIENTO			
	Epesista Ana Escalante		Q8,390.00	Q8,390.00
	Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa (LVH)		Q792.00	Q792.00
	TOTAL			Q9,182.00

Fuente: Epesista Ana Escalante

3.1.3. Beneficiarios

Con la ejecución de las estrategias planteadas y sus productos comunicacionales se benefició a todo el personal que labora en el Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa.

3.1.4. Recursos Humanos

Personal	Puesto	Actividad
Licda. Yaneth Sanabria	Directora	<ul style="list-style-type: none">• Facilitadora de toda la información requerida para la puesta en práctica del proyecto comunicacional.• Encargada de la autorización, revisión y supervisión de las actividades a ejecutarse en el plan estratégico.
Mayra de Ramírez	Coordinadora Académica	<ul style="list-style-type: none">• Se entrevistó personalmente, para conocer su postura en el tema de comunicación interna.
Braulio Gómez	Asesor de Informática	<ul style="list-style-type: none">• Proporcionó información importante para la elaboración del Manual de la Organización y el boletín informativo interno.

Fuente: Epesista Ana Escalante

3.1.5. Área Geográfica de Acción

El plan estratégico se ejecutó en las instalaciones del Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa, el cual se encuentra ubicado en la 33 av. 17-83 Zona 7, Villa Hermosa I, San Miguel Petapa.

3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

“Creación de manual y afiche, para fortalecer la Filosofía Empresarial”.

Objetivo comunicacional

- Fortalecer el conocimiento de la institución, proporcionando material de apoyo que actué como un medio de información, comunicación y difusión.

Descripción

- **El Manual de la Organización**, es un documento escrito que contiene la información necesaria para que todo aquel que labora en la institución la conozca a profundidad. Es fácil de comprender por su contenido, ya que presenta la información básica de la institución, y los requerimientos necesarios para laborar en la misma.
- **Afiches**, contienen el texto de la Misión y Visión del Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa, el primero está impreso en calidad fotográfica, enmarcado en madera y tallado en los bordes, con medidas de 28 X 43 cm. El segundo afiche está impreso en papel especial con medidas de 35 x 54 cm. Ambos contienen la Misión y Visión del Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa.

Acciones desarrolladas:

- Entrega de un ejemplar del manual impreso a cada miembro interno del Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa.
- Entrega de dos afiches a la Directora del Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa, Licda. Angela Yaneth Sanabria. Se colocaron en espacios visibles al público interno.



Epesista Ana Escalante presentando el Manual de la Organización.

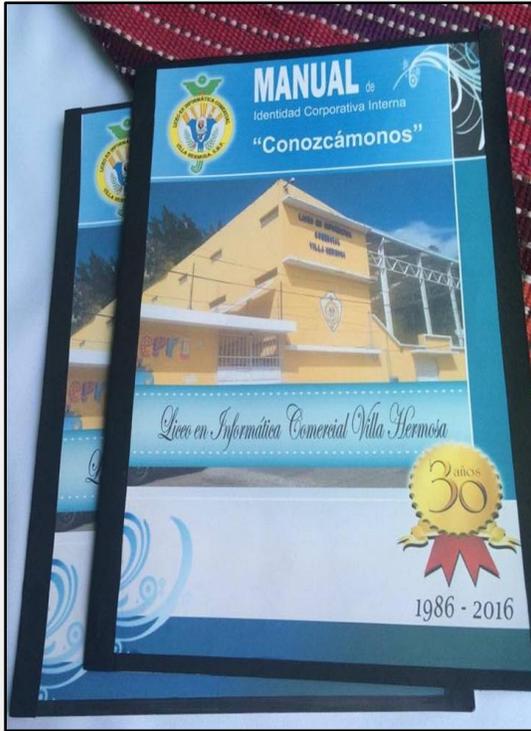


Entrega de un manual a cada colaborador para que lo consulte cuando sea necesario.

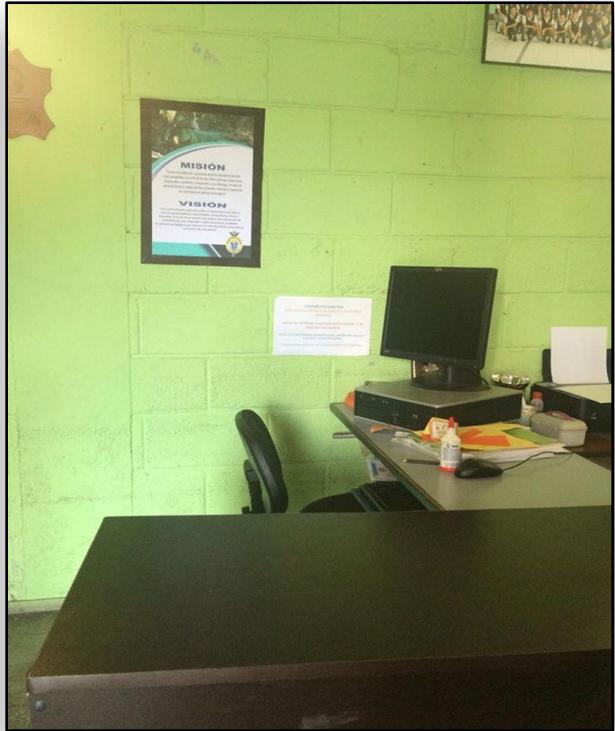
MANUAL DE LA ORGANIZACIÓN

- Portada
- Índice
- Presentación
- Institución
- Reseña Histórica
- Emblema
- Misión, Visión
- Objetivos Institucionales y Políticas
- Departamentos
- Organigrama Institucional
- Perfil del colaborador
- Responsabilidades
- Reglamento interno
- Conclusiones
- Mensaje Comunicacional
- Contraportada

Contenido del Manual de la Organización.



Impresión y empastado de Manuales de la Organización.



Colocación de un afiche en la oficina de docentes



Epesista entregando el material impreso a Licda. Angela Sanabria.

“Fortalecer la comunicación interna del personal directivo y docente”.

Objetivo comunicacional

- Capacitar al personal sobre la importancia de la comunicación interna en la institución a fin de fortalecer los procesos comunicacionales.
- Informar periódicamente todo lo relacionado a las actividades, logros y metas de la institución.

Descripción

- **Taller de Comunicación Interna**, se realizó un taller con un tiempo establecido de 2 horas, para dar a conocer la importancia de la comunicación interna en la organización, y se informó sobre la implementación de nuevos canales de comunicación.
- **Boletín Informativo Interno**, es una importante herramienta de comunicación interna que permite a cada miembro de la institución enterarse de las actividades bimestrales. Su presentación es a full color en tamaño ½ carta.

Contenido del boletín

- Portada
- Introducción
- Actividades realizadas en el bimestre (mayo, junio)
- Sección motivacional
- Humor
- Cumpleañeros del mes.

Acciones desarrolladas:

- En las instalaciones del Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa, se llevó a cabo el Taller de Comunicación Interna, con la participación de la Directora Licda. Angela Yaneth Sanabria, la Epesista Ana Escalante y la presencia del personal Docente de la institución.
- Entrega del Boletín Informativo Interno *"Nuestra Voz"*, como una nueva forma de difundir oportunamente los mensajes de la institución, a través de contenidos noticiosos y de interés para los colaboradores, que son los principales protagonistas para el logro de las metas.



Inducción del uso de nuevos canales de comunicación interna a cargo de Epesista Ana Escalante.



Taller de Comunicación Interna.



Invitación para participar en el Taller de Comunicación Interna.



Portada del Boletín Informativo Interno "Nuestra Voz".



Entrega del boletín al personal que labora en la institución.

3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

PLAN DE COMUNICACIÓN Y EJECUCIÓN -EPS-	Actividades del proyecto	Mayo					Junio					Julio					
		Semana No.					Semana No.					Semana No.					
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
	Reunión con la Dirección		■	■													
	Diseño y diagramación de boletín informativo		■	■	■												
	Revisión contenido del manual interno				■												
	Impresión de boletines					■											
	Creación de manual de la Organización					■	■										
	Impresión y empastado de manuales "Conozcámonos"								■								
	Taller de Comunicación Interna								■								
	Entrega del manual y boletín interno								■								
	Diseño de afiche (Misión y Visión)									■							
	Impresión de afiche										■						
	Entrega y colocación de afiche (enmarcado)											■					
	Reunión con la Dirección												■				

Fuente: Epesista Ana Escalante

3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO (EVALUACIÓN)

PRODUCTO	INDICADORES CUANTITATIVOS	INDICADORES CUALITATIVOS
<p>Manual de la Organización "Conozcámonos" . Objetivo: Fortalecer el conocimiento de la institución, proporcionando material de apoyo que actué como un medio de información, comunicación y difusión.</p>	<p>De 32 miembros del personal, 25 recibieron y leyeron el manual al momento de su entrega. Estos 25 conforman el 78% del personal. El resto de manuales impresos quedaron a disposición de la Dirección quien hizo efectiva la entrega al 22% del personal restante.</p>	<p>A través de la entrevista se evidenciaron las diversas opiniones:</p> <p>"Es una excelente herramienta de consulta"</p> <p>"Es de mucha utilidad ya que contiene la información completa de la institución".</p>
<p>Boletín Informativo Interno "Nuestra Voz". Objetivo: Informar periódicamente todo lo relacionado a las actividades, logros y metas de la institución.</p>	<p>De 32 miembros del personal, 25 recibieron y leyeron el boletín al momento de su entrega. Estos 25 conforman el 78% del personal. El resto de boletines impresos quedaron a disposición de la Dirección para entregar al 22% del personal restante.</p>	<p>"El boletín nos informa de las actividades de la institución".</p> <p>"Excelente iniciativa".</p> <p>"La sección de cumpleaños del mes es de mucha motivación"</p>
<p>Taller de Comunicación Interna Objetivo: Capacitar al personal sobre la importancia de la comunicación interna en la institución a fin de fortalecer los procesos comunicacionales.</p>	<p>De 32 miembros del personal, 25 asistieron al Taller de Comunicación. Conformando estos el 78% del total de colaboradores.</p>	<p>"El tema es interesante".</p> <p>"La actividad permitió adquirir nuevos conocimientos".</p> <p>"Aprendimos que la clave es comunicarnos".</p>
<p>Afiche de Misión y Visión Objetivo: Comunicar la misión y visión en forma visual, captando la atención del público interno, para que al conocerla sea capaz de alinearse a la misma.</p>	<p>El 100% del personal participó en la lectura de los afiches colocados en la sala de docentes.</p>	<p>"Es una buena iniciativa ya que no se contaba con material visual de la misión y visión".</p> <p>"El diseño y color de los afiches motiva a la lectura".</p>

Fuente: Epesista Ana Escalante

CONCLUSIONES

- El proyecto de comunicación, permitió la ejecución de varias estrategias y acciones para mejorar y fortalecer la comunicación interna del Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa.
- Para fortalecer el conocimiento de la Filosofía Empresarial se diseñó el Manual de la Organización como una herramienta útil de consulta y aprendizaje.
- Con la finalidad de motivar y promover el sentido de pertenencia se implementó el Boletín Informativo Interno, que permite dar a conocer las actividades, logros y metas de la institución.
- El taller de comunicación, permitió que todo el personal conociera la importancia de la comunicación interna, motivándolos al buen manejo de la información para alcanzar los objetivos y metas de la institución.
- Esta propuesta de comunicación interna, constituye una herramienta útil para la institución, ya que al implementar estrategias y acciones acertadas se solucionan las necesidades detectadas y se mejoran los procesos de comunicación.

RECOMENDACIONES

- Se sugiere que exista una persona responsable de la comunicación interna, que gestione mejoras a través de la implementación de nuevas estrategias y planes de acción.
- Se recomienda fortalecer continuamente la Filosofía Empresarial, este proceso es de suma importancia para que el colaborador se sienta integrado y alineado con los objetivos de la institución. Todo público interno debe de tener claro ¿quiénes somos?, ¿qué hacemos?, ¿cómo lo hacemos?, y ¿para qué lo hacemos?, además debe conocer las normas, políticas y reglamentos existentes en la institución.
- Se sugiere el uso de diferentes canales de comunicación que permitan motivar y fomentar el sentido de pertenencia.
- Continuar con la formación adecuada en el tema de comunicación interna, a través de talleres o reuniones de trabajo, con el propósito de fortalecer diariamente las relaciones laborales.
- Se recomienda dar seguimiento y continuidad a las estrategias y acciones ejecutadas en este proyecto.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Asertividad: se define como un comportamiento comunicacional en el cual la persona no agrede ni se somete a la voluntad de otras personas, sino que manifiesta sus convicciones y defiende sus derechos. Es también una forma de expresión consciente, congruente, directa y equilibrada, cuya finalidad es comunicar nuestras ideas y sentimientos o defender nuestros legítimos derechos sin la intención de herir o perjudicar.

Boletín interno: es una pieza usualmente utilizada por las organizaciones. Este es considerado uno de los más efectivos canales que se implementan en dichos órganos.

Canales de comunicación: es el medio de transmisión por el que viajan las señales portadoras de información entre emisor y receptor.

Clima laboral: es el medio ambiente humano y físico en el que se desarrolla el trabajo cotidiano.

Comunicación: es un término que refleja el interés de transmitir información, ideas, sentimientos, pensamientos, conceptos con el fin de que sean entendidos y que tengan la posibilidad de ser aplicados en algo de interés común o particular. El proceso de la comunicación se da a través de una fuente (información), la codificación, el mensaje, el canal, la decodificación, el receptor y la retroalimentación.

Comunicación interna: es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido.

Cronograma: calendario de acciones a llevar a cabo.

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

Cuantitativo: 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. Lo cuantitativo, por lo tanto, presenta información sobre una cierta cantidad.

Diagnóstico: descripción de la situación de una organización con base en la recolección, sistematización e interpretación de la información respecto a ella.

Dirección: persona o grupo de personas con el poder de tomar decisiones estratégicas y trascendentales en la organización.

Disensos: la palabra disenso refiere el desacuerdo, la desavenencia, entre dos o más personas acerca de una cuestión en particular. Es decir, el disenso es la falta de acuerdo sobre algo.

Eficacia: la cualidad que logra que dentro de la vigencia se dé el efecto deseado de cada labor de la organización, en calidad y cantidad.

Estrategia de comunicación: es un plan coherente que determina hechos y acciones específicas de comunicación, las cuales deben ser llevadas a cabo para lograr plenamente los objetivos previamente determinados, de acuerdo con la disponibilidad de los recursos existentes.

Evaluación: traducción de lo cualitativo a lo cuantitativo, sistema inductivo de calificación de cuestiones particulares y para lograr a su vez calificar aspectos generales en una escala del 1 al 10.

Fiable: Que ofrece seguridad o buenos resultados.

Filosofía empresarial: es el conjunto de ciertos elementos que nos van a permitir la identificación de la empresa con lo que es y lo que quiere lograr.

Flujos de comunicación: es cuando nos referimos al constante e ininterrumpido movimiento de información, de mensajes y de relaciones interpersonales que circulan dentro de una empresa, entre diversas personas, equipos y niveles, a través de diversos canales, y que, en conjunto, forman una Red Comunicacional.

Identidad corporativa: es aquella percepción que una organización tiene sobre sí misma, es la manifestación física de la marca. Hace referencia a los aspectos visuales de la identidad de una organización. Esta identidad corporativa está relacionada directamente con los siguientes atributos: - Historia o trayectoria de la empresa, proyectos y cultura corporativa.

Manual de la Organización: es un documento formal que las empresas elaboran para plasmar parte de la forma de la organización que han adoptado, y que sirve como guía para todo el personal.

Metodología: hace referencia al conjunto de procedimientos racionales utilizados para alcanzar el objetivo o la gama de objetivos que rige una investigación científica o tareas que requieran habilidades, conocimientos o cuidados específicos.

Misión: razón de ser de la organización, explicación de lo que es, de lo que hace y para quien lo hace.

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

Objetivos: ideales a obtener. Propósito de resultados finales en un tiempo determinado.

Organigrama institucional: es la representación gráfica de la estructura de una empresa o cualquier otra organización.

Organización: es un grupo social formado por personas, tareas y administración, que interactúan en el marco de una estructura sistemática para cumplir con sus objetivos.

Plan de Acciones: acciones que se desarrollarán para conseguir los objetivos previstos, usando todos los canales disponibles.

Plan estratégico: planeación de algo con objetivos establecidos y medición de resultados.

Políticas de la organización: guía de procedimientos de la organización, que indica la manera de direccionar cuestiones formales del operar de ésta, pero refiriéndose principalmente a la base filosófica de los valores y objetivos de la organización.

Presupuesto: detalle de costos de las acciones propuestas a lo largo del marco temporal establecido.

Promover: fomentar o favorecer la realización o el desarrollo de una cosa, iniciándola o activándola si se encuentra paralizada o detenida provisionalmente.

Público objetivo: segmentación de los públicos internos en función de factores como formación, localización geográfica, uso de ordenadores, áreas de trabajo.

Valores: virtudes, cualidades y principios con los cuales la organización se rige, están basados en inquietudes y necesidades humanas básicas.

Visión: Se refiere a una imagen que la organización plantea a largo plazo sobre cómo espera que sea su futuro. Es una expectativa ideal de lo que espera que ocurra.

BIBLIOGRAFÍA

Benito Berceruelo.(2011).*Comunicación Interna en la Empresa*. (1ª.edición). España. Aedipe

Capriotti Paul.(1999).*Comunicación Corporativa*. España,Universidad Rovira y Virgili

Collado Carlos F. (2002).*La comunicación en las organizaciones*. (2ª,edición). México.Trillas.

Cortina de La Concha, Gabriel.(s.f.).*La Comunicación Interna, Horizontal, Vertical*.

Hernández Sampiere, Collado y Baptista Lucio.(2000).*Metodología de la investigación*.México.McGraw Hill.

Ing.Juan Carlos Gutiérrez V.(2011).*Identidad Corporativa*. Perú.

Núria Saló (s.f.).*La Comunicación Interna, instrumento fundamental de la función directiva*. España. [bMR] barcelona MANAGEMENT REVIEW

E-GRAFÍA

- https://www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanti_cuali/cuanti.pdf
- <https://explorable.com/es/disenio-de-investigacion-descriptiva>
- <http://redgrafica.com/El-mensaje-un-concepto-clave-de-la-comunicacion>
- <http://leliazapata.com/2013/05/29/optimizar-la-comunicacion-interna/>
- <http://es.scribd.com/doc/51837467/Definicion-de-Cultura-Corporativa>
- <http://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2013/04/22/importancia-gestion-buena-cultura-corporativa/>
- <https://inventariacomunicacionsocial.wordpress.com/2013/01/25/manual-corporativo-1-la-identidad-corporativa-de-las-en/>
- <http://ctb.ku.edu/es/tabla-de-contenidos/liderazgo/administracion-efectiva/comunicacion-interna/principal>
- <http://comofuncionaque.com/que-es-el-metodo/>
- https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/Entrevista_trabajo
- <http://www.crecenegocios.com/que-es-una-encuesta/>
- <http://metodologia02.blogspot.com/p/tecnicas-de-la-investigacion.html>

ANEXOS

Transcripción completa de las entrevistas



Entrevista No.1

Entrevistada: Licda. Angela Yaneth Sanabria López

Cargo: Directora

1. **¿Cuál es la importancia de la Comunicación Interna en una organización?**
“Su objetivo es dar un buen servicio a la comunidad educativa”.
2. **¿A qué se debe que algunos empleados desconocen la misión, visión y objetivos de la organización?**
“Se dan en hojas impresas por lo tanto es posible que solo las guarden y no las revisen. En realidad como Dirección hemos fallado al no fomentar la importancia de la Visión y Misión”.
3. **¿En que afecta a una organización, que algunos desconozcan estos aspectos importantes?**
“Es como trabajar sin sintonía y afecta ya que el trabajo se basa en una línea enfocada a todos en común”.
4. **¿Cómo mejoraría la Comunicación Interna en la organización?**
“Realizando una encuesta a los docentes, y luego una reunión en donde se puedan sugerir nuevas técnicas de comunicación”.
5. **¿Qué se hace en la organización para generar un buen clima laboral?**
“Tratar con respeto a las personas involucradas”.
6. **¿Cómo motiva a su equipo humano y logra que este se sienta satisfecho de pertenecer a esta Institución?**
“Demostrándoles que son muy importantes como personas y como profesionales a través de talleres de agradamamiento y felicitaciones cuando lo ameritan, pero también se les hace conciencia cuando cometen un error”.
7. **¿Qué medios de comunicación utilizan en la institución para informar al personal interno?**
“Se comunica en forma verbal, circulares, memorándum y reuniones de trabajo”.

Entrevistada: Mayra Judith de Ramírez

Cargo: Coordinadora Académica

1. **¿Cuál es la importancia de la Comunicación Interna en una organización?**
“El mantener un enlace comunicativo promueve la integridad y unión del trabajo en equipo”.
2. **¿A qué se debe que algunos empleados desconocen la misión, visión y objetivos de la organización?**
“La Misión y Visión es dada a conocer por un Jefe en todas las aéreas, luego esta es responsabilidad del empleado”.
3. **¿En que afecta a una organización, que algunos desconozcan estos aspectos importantes?**
“En la desviación de los objetivos”.
4. **¿Cómo mejoraría la Comunicación Interna en la organización?**
“Organizando actividades de control y actividades con los empleados”.
5. **¿Qué se hace en la organización para generar un buen clima laboral?**
“Implementando la conducta asertiva del Jefe al Subalterno”.
6. **¿Cómo motiva a su equipo humano y logra que este se sienta satisfecho de pertenecer a esta Institución?**
“Incentivándolos por su trabajo realizado,- a través de recursos didácticos”.
7. **¿Qué medios de comunicación utilizan en la institución para informar al personal interno?**
“Se utilizan circulares, memorándum, reuniones de trabajo y en forma verbal”.

Modelo de la encuesta



EPS
LICENCIATURA

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
Proyecto del EPS
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación



La siguiente encuesta tiene como objetivo conocer su opinión con respecto al estado de la **Comunicación interna en el Colegio Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa**. Conteste con la mayor sinceridad posible. La información recopilada será manejada con total confidencialidad y objetividad, por lo cual no requerimos su nombre.

Género:

Femenino___ Masculino___ Edad: _____

1. ¿Conoce la Misión, Visión y Objetivos del Colegio LVH?

a) SI b) NO

2. Al inicio de su compromiso laboral, ¿le dieron a conocer las funciones y atribuciones de su puesto?

a) SI b) NO

3. ¿Conoce con claridad la reglamentación y políticas del LVH?

a) SI b) NO

4. Si su respuesta es SI a las preguntas 1,2 y 3 ¿la información obtenida ha sido clara y por los medios adecuados?

a) SI b) NO

5. Para comunicarse con los compañeros de su misma dependencia lo hace por medio de:

- a) Teléfono
- b) Personalmente
- c) Correo electrónico
- d) Circulares
- e) Reuniones formales de trabajo

6. Generalmente cuando pasan cosas importantes en la institución Ud. se entera por:

- a) Circulares
- b) Teléfono
- c) Rumores
- d) Porque su jefe le informa
- e) Otra ¿cuál? _____

7. ¿Estaría usted dispuesto a apoyar en algún proyecto que ayude a mejorar la comunicación en la Institución?

a) SI b) NO

8. ¿Considera Ud. Que las nuevas tecnologías (Internet, correo electrónico, redes sociales) son?

- a) Un útil medio de comunicación
- b) Una pérdida de tiempo
- c) Sólo para la gente joven
- d) Para las personas de todas las edades.

9. ¿Considera usted que la comunicación con sus compañeros de trabajo es?

- a) amistosa
- b) distante
- c) laboral

10. Mis opiniones y sugerencias ¿son tomadas en cuenta?

- a) siempre
- b) Algunas veces
- c) Nunca

11. ¿Existe una comunicación cordial con mi jefe inmediato?

- a) Si existe
- b) No existe
- c) Es aceptable

12. ¿Mi jefe inmediato comunica efectivamente todos los requerimientos de mi trabajo?

- a) Siempre
- b) Algunas veces
- c) Nunca

13. ¿Cómo es la comunicación con mi jefe?

- a) Se facilita y es efectiva
- b) Abierta y agradable
- c) Únicamente laboral
- d) Se facilita pero no es efectiva.

¡Gracias por su colaboración!

Fotografías



Fachada del Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa.



Entrega de encuestas al personal interno de la institución.



Entrevista a Directora Licda. Angela Yaneth Sanabria López.



Reunión con Directivos.

Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional



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): Ana Maribel Escalante López
No. De Carné: 199914064
Jefe o Encargado (a): Licda. Angela Yaneth Sanabria López
Institución o Empresa: Liceo en Informática Comercial Villa Hermosa
Supervisor de EPSL: Licda. Sandra Hernández

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 09/ Al: 13	Mayo	8	8	8	8	8	X	40 hrs.
2	Del: 16/ Al: 20	Mayo	8	8	8	8	8	X	40 hrs.
3	Del: 23/ Al: 27	Mayo	8	8	8	8	8	X	40 hrs.
4	Del: 01/ Al: 03	Junio	8	8	8	X	X	X	24 hrs.
5	Del: 06/ Al: 10	Junio	8	8	8	8	8	X	40 hrs.
6	Del: 13/ Al: 17	Junio	5	5	5	5	5	X	25 hrs.
7	Del: 20/ Al: 24	Junio	5	5	5	5	5	X	25 hrs.
8	Del: 27/ Al: 30	Junio	5	5	6	X	X	X	16 hrs.
9	Del: 04/ Al: 08	Julio	5	5	5	5	5	X	25 hrs.
10	Del: 11/ Al: 15	Julio	5	5	5	5	5	X	25 hrs.
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									300 hrs.



(f) Licda. Sandra Hernández - Supervisora - EPS

(f)

Licda. Angela Sanabria - Encargada



Ficha de evaluación



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



Ficha de evaluación de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del alumno (a): Ana Maribel Escalante López

Carné: 199914064

Nombre de la empresa o institución: Liceo en Informática
Comercial Villa Hermosa.

No.	ÍTEMS A CALIFICAR	Punteo 1 al 10
1	Presentación	10
2	Puntualidad	10
3	Conducta	10
4	Relaciones Interpersonales	10
5	Responsabilidad	10
6	Profesionalismo	10
7	Cumplimiento con los reglamentos internos de la institución	10
8	Aprueba usted la labor del epesista	10
9	En la institución el epesista evidenció diferencias entre sus actividades laborales y sus actividades académicas.	10
10	Evalúe la efectividad de las estrategias ejecutadas por el epesista.	10

Firma y sello del jefe o encargado

