

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



**PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA DE LA GERENCIA DE BANCA
INTERNACIONAL DEL BANCO AGROMERCANTIL DE GUATEMALA**

Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

JACKELYNE MARLÉN GALICIA DE LEÓN

CARNÉ: 200715526

Previo a portar el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Supervisora:

Licenciada Sandra Nohemí Hernández y Hernández

Guatemala, octubre 2017

Consejo Directivo:

Director:

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes:

M.A Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijilio

Representantes Estudiantiles:

Mario Roberto Barrientos Aldana

Anaite del Rosario Machuca Pérez

Representante de Egresados:

MA. Jhonny Michael González Batres

Secretaria:

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Coordinador de EPS Licenciatura

Lic. Luis Arturo Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

Licda. Sandra Nohemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios



Guatemala, 09 de 10 de 2017

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 JACKELYNE MARLÉN GALICIA DE LEÓN con número de carné 200715526 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 GERENCIA DE BANCA INTERNACIONAL cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del 01 de 06 al 31 de 07 del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA DE LA GERENCIA DE BANCA INTERNACIONAL DEL BANCO AGROMERCANTIL DE GUATEMALA, S.A. entregando el material respectivo y debidamente recibido por GERENCIA DE BANCA INTERNACIONAL DEL BANCO AGROMERCANTIL DE GUATEMALA, S.A.

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

Atentamente,


MBA Aleyda Aimee Palma Argueta
Gerente de Banca Internacional



7a. avenida 7-30 zona 9
Guatemala 01009
T (502) 2338-6565
F (502) 2338-6566

www.bam.com.gt



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



Guatemala 18 de octubre de 2017

Estudiante
Jackelyne Marlén Galicia de León
200715526
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 **PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA DE LA GERENCIA DE BANCA INTERNACIONAL DEL BANCO AGROMERCANTIL DE GUATEMALA, 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 distribución de su trabajo final de EPS de Licenciatura de forma digital en un archivo PDF en 7 CD'S que deberán ser distribuidos en cada una de las instancias siguientes:

- Biblioteca USAC
- Biblioteca ECC
- Secretaría ECC
- Institución o empresa
- Coordinación EPSL

Sin otro particular,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Licda. Sandra Noemí Hernández y Hernández
Supervisora EPS de Licenciatura



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



"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12 • Teléfono: (502) 2418-8920. Telefax: (502) 2418-9810
www.comunicacion.usac.edu.gt



Para efectos legales, únicamente la autora es responsable del contenido de este trabajo.

DEDICATORIA

- A DIOS:** Por la vida y las oportunidades que me ha brindado para culminar mis estudios y metas personales.
- WILLSON MEJÍA:** Mi amado esposo, mi compañero de vida.
Por su paciencia y apoyo incondicional.
- A MIS PADRES:** Por su amor, valores inculcados y el ejemplo que me brindaron para ser una persona de bien.
Gracias por ser unos padres comprensivos y estar conmigo cuando más he necesitado.
- A MIS HERMANOS:** Jorge y Yeremi porque siempre puedo contar con ustedes no importando las circunstancias.
- ALEYDA PALMA:** Quien me apoyó en todo momento, gracias por su confianza y amistad, sin su ayuda este proyecto no se hubiera efectuado.
- A MI FAMILIA:** Por su apoyo moral y consejos.
- A MIS AMIGOS:** Por los momentos compartidos y en especial a Lucia Morán y Frednesly Figueroa por su motivación y su amistad incondicional.

AGRADECIMIENTOS

A la **UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**, donde me he forjado profesionalmente.

A la **ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**, a los docentes que contribuyeron con mi formación profesional y compartieron sus conocimientos.

Al **LIC. LUIS PEDROZA**, por brindar la oportunidad de concluir esta faceta importante en mi vida profesional.

Al **MSc. SERGIO MORATAYA**, mi agradecimiento por abrirnos el espacio en nuestra ECC.

A la **LIC. SANDRA HERNÁNDEZ**, por su asesoría, apoyo y paciencia, gracias por cada uno de sus consejos.

INDICE

RESUMEN	I
INTRODUCCIÓN	II
JUSTIFICACIÓN	III
CAPITULO I	
1. DIAGNÓSTICO	1
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	1
1.1.1. Objetivo General.....	1
1.1.2. Objetivos Específicos.....	1
1.2 BANCO AGROMERCANTIL DE GUATEMALA, S.A. –GERENCIA DE BANCA INTERNACIONAL	2
1.2.1. Ubicación Geográfica.....	2
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas.....	2
1.2.3. Antecedentes.....	3-4
1.2.4. Departamentos y dependencias.....	4-6
1.2.5. Misión.....	7
1.2.6. Visión.....	7
1.2.7. Objetivos Institucionales.....	7
1.2.8. Público Objetivo.....	7
1.2.9. Organigrama.....	8
1.3 METODOLOGÍA	
1.3.1. Descripción del Método.....	9
1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección.....	10-12
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico.....	13

1.4. Recopilación de datos	14
1.4.1 Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas.	14-20
1.5 RADIOGRAFIA DE LA INSTITUCIÓN	21
1.5.1. Fortalezas.....	21
1.5.2. Oportunidades.....	21
1.5.3. Debilidades.....	21
1.5.3. Amenazas.....	21

CAPITULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN	22
2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES	22
2.2 OBJETIVO COMUNICACIONAL	22
2.2.1. Objetivo General	22
2.2.2 Objetivo específico.....	22
2.3 PÚBLICO OBJETIVO	23
2.4 MENSAJE	24
2.5 ESTRATEGIAS	24
2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN	25-28

CAPITULO III

3. INFORME DE EJECUCION	29
3.1 PROYECTO DESARROLLADO	29
3.1.1 <i>Financiamiento</i>	29
3.1.2 <i>Presupuesto</i>	29
3.1.3 Beneficiarios.....	30
3.1.4 Recursos humanos.....	30
3.1.5 Áreas geográficas de acción.....	30

3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS	31-42
3.3.CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	43
3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO	44
CONCLUSIONES	45
RECOMENDACIONES	46
GLOSARIO DE TERMINOS	47-51
BIBLIOGRAFIA	52
E GRAFIA	53
ANEXOS	54
Transcripción de la entrevistas.....	54-57
Modelo de encuestas.....	58
Matriz o Vaciado.....	59
Fotografías.....	60-61
Ficha de registro de horas de Práctica Profesional Supervisada.....	62

RESUMEN

Nombre de Institución: Banco Agromercantil de Guatemala.

Nombre del proyecto: Plan de comunicación interna de la Gerencia de Banca Internacional del Banco Agromercantil de Guatemala, S.A.

Objetivos del proyecto:

General:

- Presentar un plan de comunicación interna en la Gerencia de Banca Internacional del Banco Agromercantil de Guatemala, S.A.

Específicos:

- Fortalecer las herramientas de comunicación existentes para los debidos procesos.
- Maximizar la productividad de los colaboradores a través de la utilización de un programa de control de actividades.
- Mejorar el trabajo en equipo y comunicación.
- Reformar las normas en los proceso operativos por medio de un manual de procesos.

Sinopsis del proyecto:

El presente plan se ha elaborado con el fin de responder las problemáticas que evidencia la investigación a profundidad realizada dentro de la Gerencia de Banca Internacional.

Por consiguiente, tuvo la necesidad de desarrollar estrategias comunicacionales que brindan soluciones a varios aspectos que afectan la institución, permitiendo ejecutar acciones, obteniendo resultados efectivos.

Al ejecutarse el plan de comunicación se procedio a elaborar un informe de ejecución el cual evidencia las acciones realizadas en las áreas correspondientes.

INTRODUCCIÓN

El presente plan de comunicación fue realizado dentro de una institución bancaria, dada a su naturaleza su estructura interna es jerarquizada, contando con procesos explícitos y estrictos de seguridad.

La comunicación interna fue afectada en varias áreas de trabajo, repercutiendo en los colaboradores y el servicio que se brinda a los clientes externos, es por ello que surgió la necesidad de efectuar estrategias comunicacionales para brindar soluciones a las problemáticas surgidas dentro de la entidad.

Posteriormente se ejecutó el plan de comunicación por medio de acciones, los cuales obtuvieron resultados efectivos, de beneficio para los colaboradores y por consiguiente de la entidad.

Dentro de las áreas de trabajo, se aportó fluidez en la comunicación interna, mejoras al ambiente laboral de los colaboradores, causando un efecto positivo encaminado al éxito. Es en este punto en donde la comunicación interna precisamente se convierte en una herramienta estratégica clave para el desarrollo.

JUSTIFICACIÓN

Este proyecto es importante para mejorar las vías de comunicación de las áreas correspondientes a la Gerencia de Banca Internacional.

La investigación efectuada dió como resultado información sobre la problemática comunicacional, la falta en mejoras en los procesos laborales, mal ambiente laboral en las áreas de trabajo, deficiencia en la comunicación y sus canales.

Es por ello que surgió la necesidad de crear estrategias que brindaron soluciones a dichas problemáticas anteriormente mencionadas y que al ser ejecutadas por medio de acciones produjeron beneficios, utilizando recursos humanos y materiales, promoviendo la participación de los colaboradores para que éstos pudieran intervenir de manera directa en el proceso.

El proyecto tiene como objetivo brindar instrumentos y vías comunicacionales adecuadas para la solución de los conflictos existentes dentro de la comunicación de las áreas concernientes a la Gerencia Banca Intenacional.

Es pertinente realizar los arreglos correspondientes a los canales de comunicación a efecto de reestablecerlos a su normal y efectivo funcionamiento.

El Plan de Comunicación permitió que la comunicación desarrollada por la entidad responda a criterios profesionales, a una metodología y un planteamiento estratégico así como su ejecución.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

Diagnóstico de comunicación interna de la Gerencia Banca Internacional del Banco Agromercantil, sede central de la ciudad de Guatemala.

1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1 Objetivo General

Presentar un diagnóstico de comunicación interna de la Gerencia de Banca Internacional del Banco Agromercantil de Guatemala.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Analizar la deficiencia técnica de los canales y soportes de comunicación.
- Identificar las problemáticas en la comunicación interna de los colaboradores del departamento.
- Observar el trabajo en equipo y clima laboral.
- Determinar las herramientas comunicacionales existentes en la Gerencia de Banca Internacional.
- Presentar un plan de comunicación.

1.2 . BANCO AGROMERCANTIL DE GUATEMALA, S.A

1.2.1. Ubicación Geográfica:

Actualmente sus instalaciones se encuentran en 7a. avenida 7-30, zona 9, ciudad de Guatemala, departamento de Guatemala.

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas:

Los inicios del Banco Agromercantil datan de 1926, cuando ejercía como Banco Central de Guatemala. En 2000 se realizó la fusión entre el Banco Agrícola Mercantil y el Banco de Agro, de donde surgió el Banco Agromercantil de Guatemala, S.A. En 2008 cambió su imagen a BAM e incrementó sus apuntes de servicio de 84 a 311 agencias, lo que permitió atender a casi un millón de clientes con sus soluciones financieras y servicios de calidad. Banco Agromercantil (2017) Conoce BAM. Obtenido de <http://www.bam.com.gt/index.php/conoce-bam>

En el año 2015 Banco Agromercantil de Guatemala realizó una estrategia de crecimiento con el fin expandir y fortalecer sus cimientos financieros permitiendo al Grupo Bancolombia obtener el 40% del Grupo Agromercantil Holding tenedora de las acciones del Grupo Financiero Agromercantil y Banco Agromercantil de Guatemala.

La alianza permitió posicionar al Banco Agromercantil dentro del mercado Internacional, potencializando aún más el desarrollo financiero de Guatemala.

La adquisición de las acciones del Grupo Bancolombia ascendió a 217 millones de dólares, consolidando su crecimiento sostenible dentro del mercado centroamericano. BAM (2017) Conoce BAM Obtenido de <http://www.bam.com.gt/index.php/conoce-bam>

1.2.3. Antecedentes o Historia

Banco Agromercantil de Guatemala, S.A., surge de la fusión de dos entidades bancarias de sólido prestigio y larga tradición, como eran el Banco Agrícola Mercantil y el Banco del Agro. Nuestros orígenes se remontan al 30 de junio de 1926, cuando fue creado el Banco Central de Guatemala, que absorbió las funciones de la Caja Reguladora, entidad encargada de velar por la estabilidad internacional de la moneda, capitalizándose con aportes del Gobierno pero con mayoría de la iniciativa privada.

Se realiza la primera sesión solemne de la nueva institución el 5 de julio de 1926, presidida por el Lic. Carlos O. Zachrisson, en presencia de los directores Sr. José Aycinena, Sr. Juan Irigoyen, Sr. Arturo Castillo, Sr. Ernesto Herrera, Sr. Antonio Peyré, Sr. Carlos Quezada, Lic. Carlos Salazar y Sr. Federico Rubio; Cajero Sr. Luis Velásquez y Contador Sr. Salvador Montenegro Wolters.

El 15 de septiembre de 1926 a las tres de la tarde, se realiza la primera sesión de trabajo de la Junta Directiva e inicia sus operaciones con el público. Y como Banco Central inició la emisión de la nueva y actual unidad monetaria de Guatemala, "El Quetzal". Desde 1926 hasta 1945 el banco tuvo a su cargo la regulación de la emisión monetaria oficial y por ser el agente financiero del estado, también tuvo a su cargo, entre otros casos de relevancia histórica, la cancelación de la denominada "Deuda Inglesa".

El Gobierno de la Revolución de 1944 instituye el actual Banco de Guatemala, que asumió las funciones de Banco Central, por lo que el 1o. de febrero de 1948 se denominó como Banco Agrícola Mercantil, dando continuidad a la tradición de crédito y confianza del público guatemalteco. A mediados de la década de los cincuentas, un grupo de agricultores progresistas tuvo la visión de crear una nueva institución bancaria que diera soporte a esta importante actividad económica en el país. Con el aval del Gobierno, esta nueva institución abrió sus puertas al público el 16 de agosto de 1956 con el nombre de Banco del Agro.

Este banco se capitalizó con el aporte de más de 4,000 agricultores, quienes a partir de entonces, gracias al apoyo brindado al sector agrícola y la confianza que ha merecido el público inició una etapa de crecimiento que le llevó a ocupar un lugar protagónico dentro del sistema bancario nacional. El treinta de noviembre del año 2,000 el Banco Agromercantil de Guatemala S. A. como entidad fusionada, inicia una nueva etapa y con ello busca contribuir al fortalecimiento del sistema financiero y la promoción de nuevas oportunidades de inversión y empleo.

Como genuino heredero de una sólida y confiable tradición bancaria, y con la experiencia de más de 90 años de servicio a los guatemaltecos y centroamericanos, somos el más accesible y confiable aliado financiero de nuestros clientes. Banco Agromercantil, Guatemala.(2017) Inicios.

1.2.4. Departamentos o dependencias

- ***Gerente General de Banco Agromercantil:***

Es encargada de la dirección administrativa, quien representa la administración de la empresa y la fase operativa de las estrategias.

- **Auditor Interno en Auditoria Interna**

Su función primordial es evaluar, gestionar y controlar los aspectos administrativos contables, financieros y operativos del banco.

- **Gerente de Cumplimiento y Oficial responsable Fatca en Gerencia de Cumplimiento**

Verifica y cumple en cuanto a prevenir, detectar y reportar las transacciones sospechosas al Regulador, así también, el envío de los requerimientos y reportes regulatorios en forma y plazo establecidos.

- **Gerente de División de Gestión de lo humano**

Encargado del reclutamiento, desarrollo, compensación del talento.

- **Gerente en Gerencia Seguros Agromercantil**

Creación, manejo y colocación de productos del ramo de seguros.

- **Gerencia de división de Estrategias y Finanzas**

 - **Gerente en Gerencia de Banca Internacional**

Es encargada de coordinar y verificar las operaciones concernientes al Departamento de internacional velando por la seguridad administrativa, así como estrategias y metas a seguir.

 - **Comunicaciones**

 - El área de comunicaciones es encargada de procesar transferencias enviadas y recibidas del exterior.

 - **Cartas de Crédito**

 - Es utilizada como medio de pago de importaciones provenientes del exterior. Las cobranzas es un mecanismo de pago al exterior por medio del cual un banco colector se encarga de efectuar el cobro de las importaciones contra entrega de documentos por cuenta de una tercera persona (exportador, proveedor, girador o Drawer.)

 - **Financiamiento**

 - Esta área opera financiamientos que el Banco otorga a las operaciones de importación o exportación.

 - **Operaciones**

 - Esta área tiene a su cargo de realizar operaciones contables referentes a las transacciones que realiza la Gerencia de banca Internacional.

- ***Gerente de división de Servicios Corporativos***

Tiene como reto el transformar los procesos administrativos tecnológicos y operativos orientados al cliente y prestar un excelente servicio a todas las áreas del Grupo Financiero Agromercantil.

- ***Gerencia de División de Riesgos***

El objetivo principal es la documentación de los procesos y gestionar proyectos del banco, así como también el análisis de créditos de consumo y la administración de los sistemas CORE.

- ***Division de Jurídico***

Es el encargado de planificar, dirigir y *coordinar* las actividades de control interno relacionadas con acciones judiciales para cobrar.

- ***Gerente de división de Banca Empresas***

Colocación y captación de negocios a nivel empresarial y corporativo.

- ***Gerente de división de Banca Regional***

Se encarga de coordinar y administrar operaciones estructuradas regionales.

- ***Gerente de División de Banca de Personas y PYME***

La Gerencia Dirección de Banca de Personas elabora y dirige la estrategia comercial para los segmentos de banca de consumo. Tiene a su cargo los segmentos, canales y productos que se comercializan.

- ***Gerente de división de identidad corporativa Mercadeo e innovación***

Contribuye a lograr los objetivos de la entidad bancaria por medio de estrategias comunicacionales para garantizar la rentabilidad y expansión de productos que ofrece el banco.

1.2.5. Misión

En BAM nos enfocamos en proporcionar soluciones que permitan un mundo más armonioso, más funcional; más sencillo. Somos una organización comprometida con la eficiencia en el servicio a través de un proceso permanente de mejora e innovación. Creamos valor facilitando la vida a los demás

1.2.6. Visión

¿Qué es lo que queremos en BAM? Un mundo más armonioso, más funcional. Un mundo en donde la felicidad esté al alcance de la mano. Un mundo simple.

Y un mundo así demanda soluciones efectivas. Se puede decir que en BAM nos gustan los resultados: nos gusta lo práctico. Nos enfocamos en resolver problemas, no en crearlos. Nuestra mayor ambición es generar acciones directas de crecimiento, y desarrollar un contexto fértil de intercambio por medio de vínculos directos y amigables. Lo mejor de BAM es que todo es más fácil.

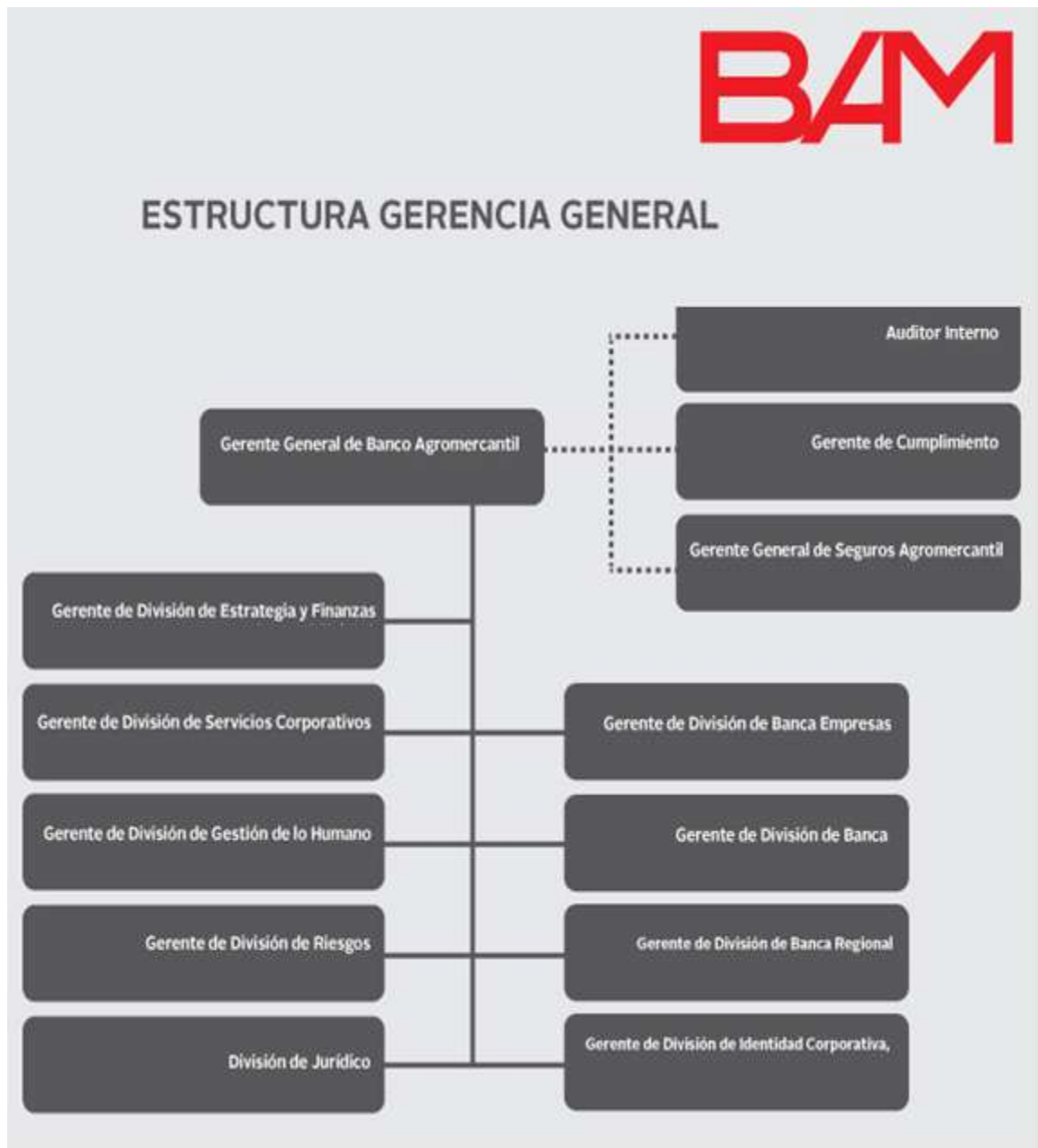
1.2.7. Objetivos Institucionales

Optimizar la ejecución de operaciones monetarias, crediticias y cambiarias.
Promover la estabilidad y fortalecimiento del sistema financiero económico.
Mejorar el nivel de eficiencia operacional en cuanto al capital humano y tecnológico.

1.2.8. Público Objetivo (de la institución)

A la fecha no evidencia documento que presente público objetivo.

1.2.9. Estructura Gerencia General :



Fuente de información, Departamento Gestión de lo Humano

1.3 METODOLOGÍA

1.3.1. Descripción del Método

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de la investigación que implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández Sampieri y Mendoza, 2008).

Un factor adicional que ha detonado la necesidad de utilizar los métodos mixtos es la naturaleza compleja de la gran mayoría de los fenómenos o problemas de investigación abordados en las distintas ciencias. Éstos representan o están constituidos por dos realidades, una objetiva y la otra subjetiva. (Roberto Sampieri, 6ta. edición, pág. 536).

El diagnóstico que se llevará a cabo dentro de la entidad, mediante la utilización del método mixto, tendrá como objetivo detectar los problemas comunicacionales, las causas que lo generan y la forma de resolverlos.

Se aplicará el método Mixto como integración sistemática de los métodos cuantitativos y cualitativos utilizando las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolas para tratar de facilitar la recolección y análisis de los datos obtenidos. Se realizará una muestra estadística y dos entrevistas para la obtención de datos que nos que ayuden a identificar las problemáticas.

1.3.2 Técnicas e instrumentos de recolección

Instrumento de recolección de datos. Sabino (1992), plantea que es “cualquier recurso de que se vale el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información”.

Consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis.

1.3.2.1 La entrevista:

La entrevista, es un modelo general de investigación, un diseño o método, que se apoya fundamentalmente en una técnica de recolección, aunque también utiliza observaciones y datos secundarios.(Sabino, 1992, p.117)

Taylor y Bogan (1986) entienden la entrevista como un conjunto de reiterados encuentros cara a cara entre el entrevistador y sus informantes, dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que los informantes tienen respecto a sus vidas, experiencias o situaciones.

Según Carlos Sabino (2002), las entrevistas se dividen en dos tipos. Entrevistas estructuradas y no estructuradas.

1.3.2.2 Entrevista estructurada:

Llamada también formal. Se caracteriza por estar rígidamente estandarizada, se plantean idénticas preguntas y en el mismo orden a cada uno de los participantes, quienes deben escoger la respuesta entre dos, tres o más alternativas que se les ofrecen.

1.3.2.3 Entrevista no estructurada:

Se comentarán tres tipos de: Entrevista a profundidad, Entrevista enfocada y Entrevista focalizada.

1.3.2.4. **Entrevista en Profundidad:**

Es una técnica para obtener que una persona transmita oralmente al entrevistador su definición personal de la situación. La Entrevista comprende un esfuerzo de inmersión (más exactamente re-inmersión) del entrevistado frente a/o en colaboración con el entrevistador que asiste activamente a este ejercicio de representación casi teatral.

1.3.2.5. **Entrevista enfocada**

Es una Entrevista en profundidad pero específicamente dirigida a situaciones concretas. Va dirigida a un individuo concreto, caracterizado y señalado previamente por haber tomado parte de la situación o experiencia definida. A diferencia de la Entrevista a profundidad, la Entrevista enfocada no revive toda la vida, sino la reconstrucción de una experiencia personal concreta.

1.3.2.6. **Entrevista Focalizada**

Es una forma de llevar la Entrevista en profundidad en forma grupal. La Entrevista en grupo ofrece unas oportunidades de conocimiento y de análisis que la Entrevista individual no ofrece. La experiencia en grupo promueve un ambiente en el cual se intercambian puntos de vista, los individuos encuentran una mayor facilidad de reflexión sobre el tema tratado. (Briones, 1992)

1.3.2.7. **La Encuesta:**

La investigación por encuesta es considerada como una rama de la investigación social científica orientada a la valoración de poblaciones enteras mediante el análisis de muestras representativas de la misma (Kerlinger, 1983).

1.3.2.8 **La Variable:**

Una variable es una cualidad susceptible de sufrir cambios. Un sistema de variables consiste, por lo tanto en una serie de características por estudiar, definidas de manera operacional, es decir, en función de sus indicadores o unidades de medida. (Arias, 1999.p.17)

1.3.2.9 **Población y Muestra:**

La población o universo se refiere al conjunto para el cual serán válidas las conclusiones que obtengan a los elementos o unidas (persona instituciones o cosas) involucradas en la investigación (Morales V, 1994, p.17)

1.3.2.10. **Instrumentos**

Son los medios materiales que emplean para recoger y almacenar la información. Ejemplo: fichas, formatos de cuestionario, guías de entrevista, linta de cotejo, grabadores, escala de actitudes u opinión (tipo Likert), etc. (Arias, 1999.p.25)

1.3.2.11. **Escala Likert**

La escala de Likert mide actitudes o predisposiciones individuales en contextos sociales particulares. Se le conoce como escala sumada debido a que la puntuación de cada unidad de análisis se obtiene mediante la sumatoria de las respuestas obtenidas en cada ítem.(Briones, 1995).

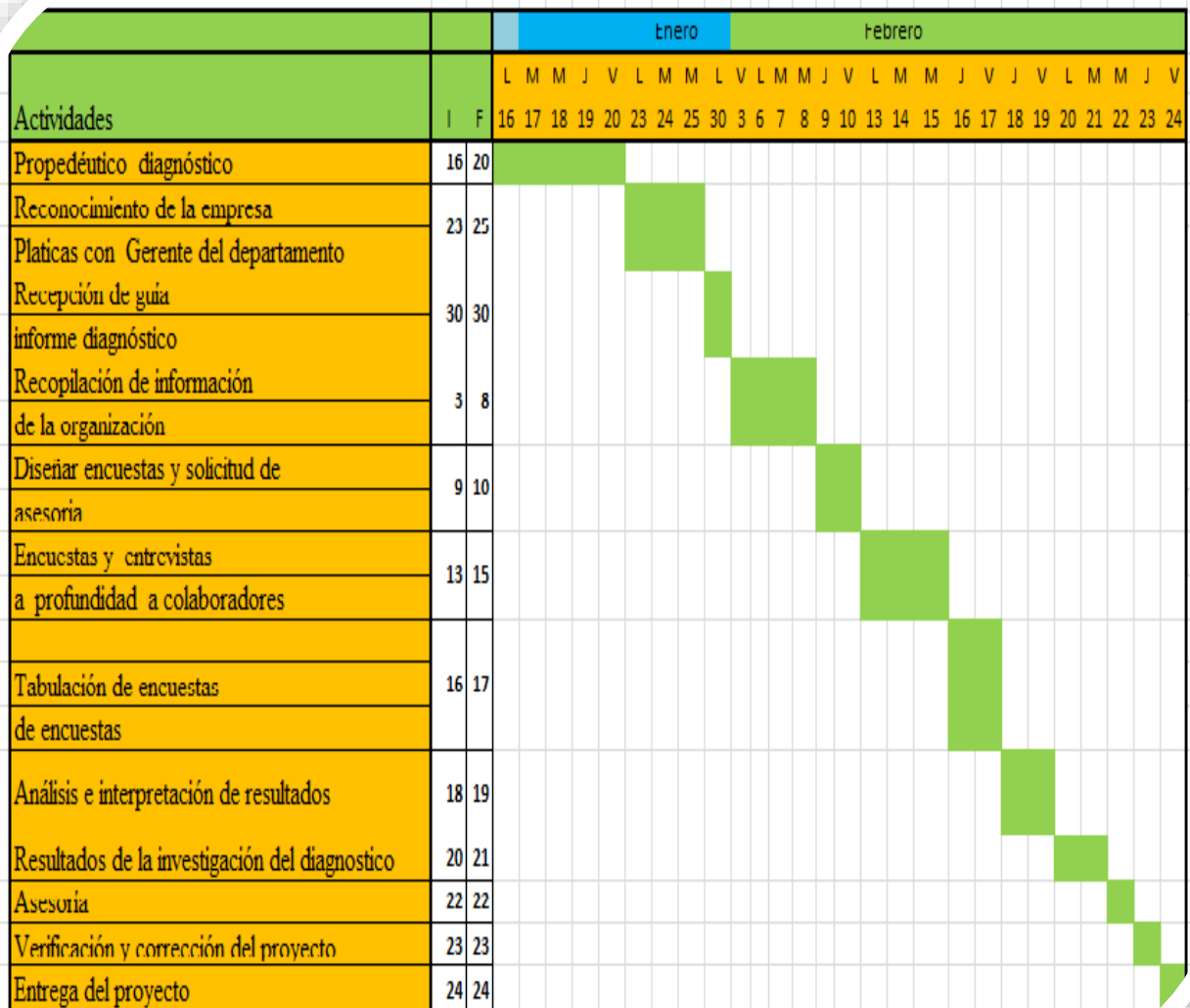
1.3.2.11. **Técnicas de Procedimientos y Análisis de Datos**

En este punto se describen las distintas operaciones a las que serán sometidos los datos que se obtengan: clasificación, registro, tabulación y codificación si fuere el caso.(Arias, 1999.p.25)

Se realizó entrevistas no estructuradas a profundidad para obtención de un panorama de los problemas sobresalientes resaltando temas de importancia y procediendo a efectuar un análisis y resultado de la información recopilada.

Para adquirir mayor conocimiento se efectuó encuestas estructuradas, posteriormente se realizó el vaciado de las mismas para adquirir los resultados e interpretaciones.

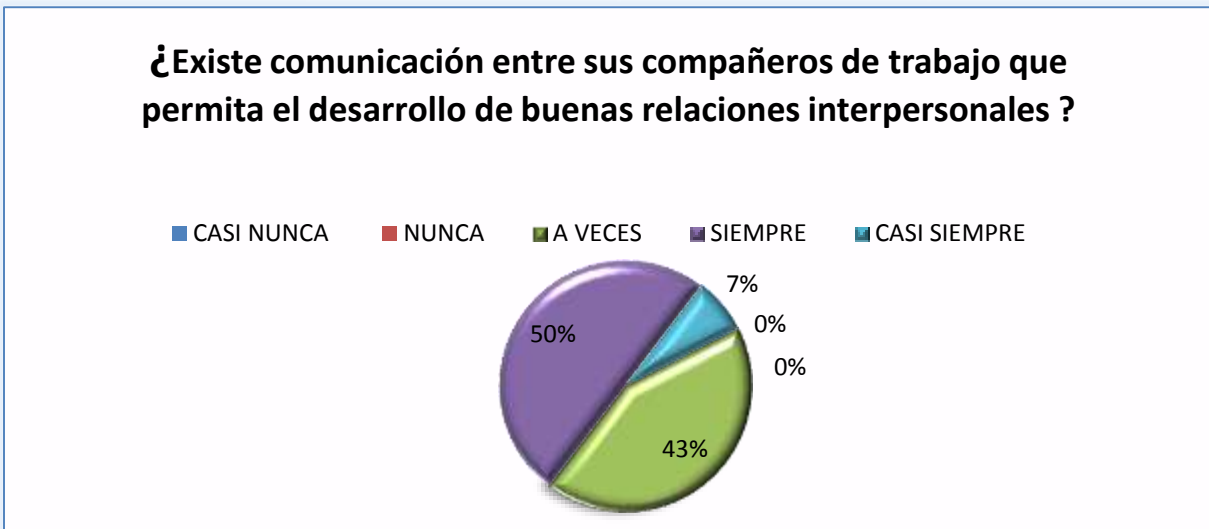
1.4. Cronograma del Diagnóstico



Fuente: <http://es.ccm.net/contents/580-diagrama-de-gantt>

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

Gráfica No.1



Fuente: Epesista Jackelyne Galicia

Interpretación: El 50% de los empleados consideran que existe buena comunicación entre compañeros de trabajo, el 43% indican que a veces y el 7% casi siempre. Según los datos reflejados existen un porcentaje considerable que manifiesta que la comunicación no es tan efectiva.

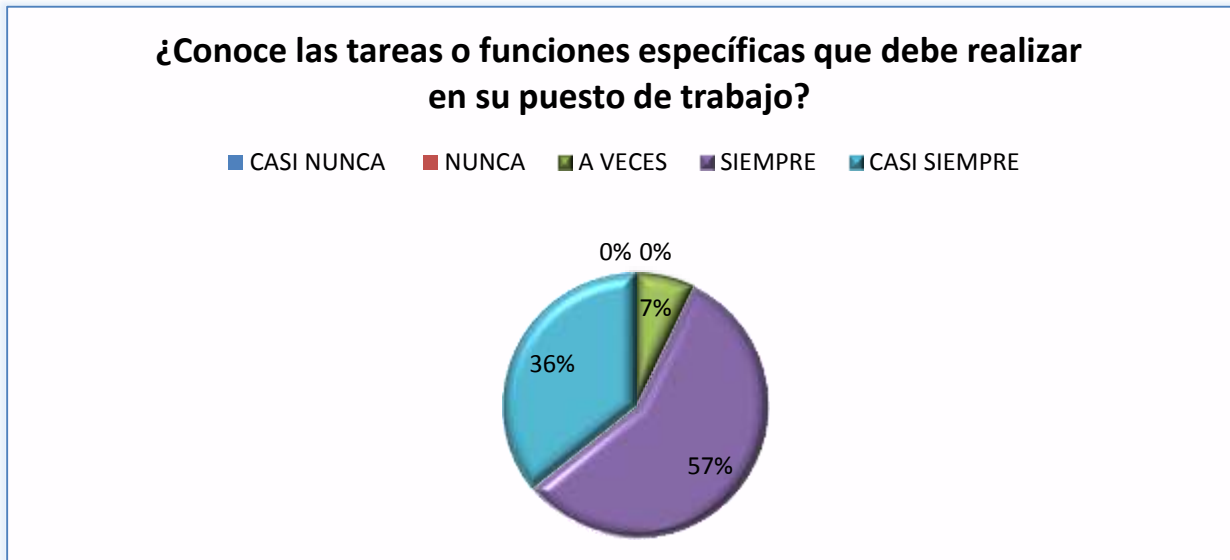
Gráfica No.2



Fuente: Epesista Jackelyne Galicia

Interpretación: La comunicación laboral entre jefe y colaborador tiende a ser efectiva según la encuesta proporcionando datos del 43% casi siempre es factible y un 36% siempre, sin embargo se muestra el 21% en desacuerdo con lo anteriormente planteado.

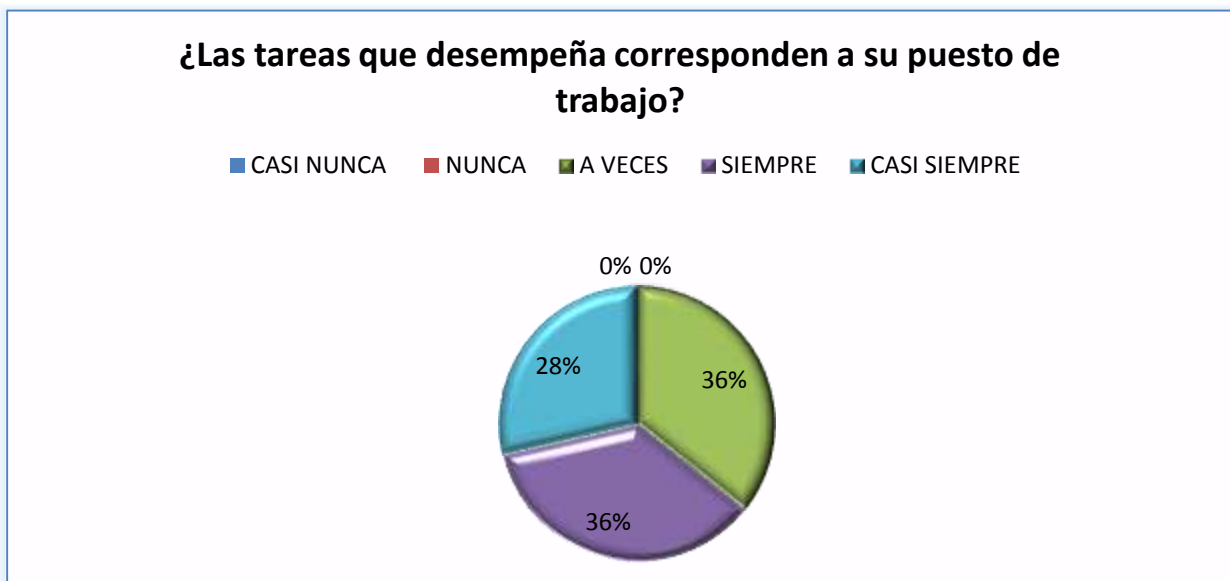
Gráfica No.3



Fuente: Epesista Jackelyne Galicia

Interpretación: Según el 57% de los encuestados conocen las funciones a realizar, el 36% que indica que casi siempre tienen conocimiento de sus funciones y el 7% a veces. El porcentaje de empleados que no conocen bien las actividades a realizar no es aceptable por lo que se deberá reforzar esta debilidad.

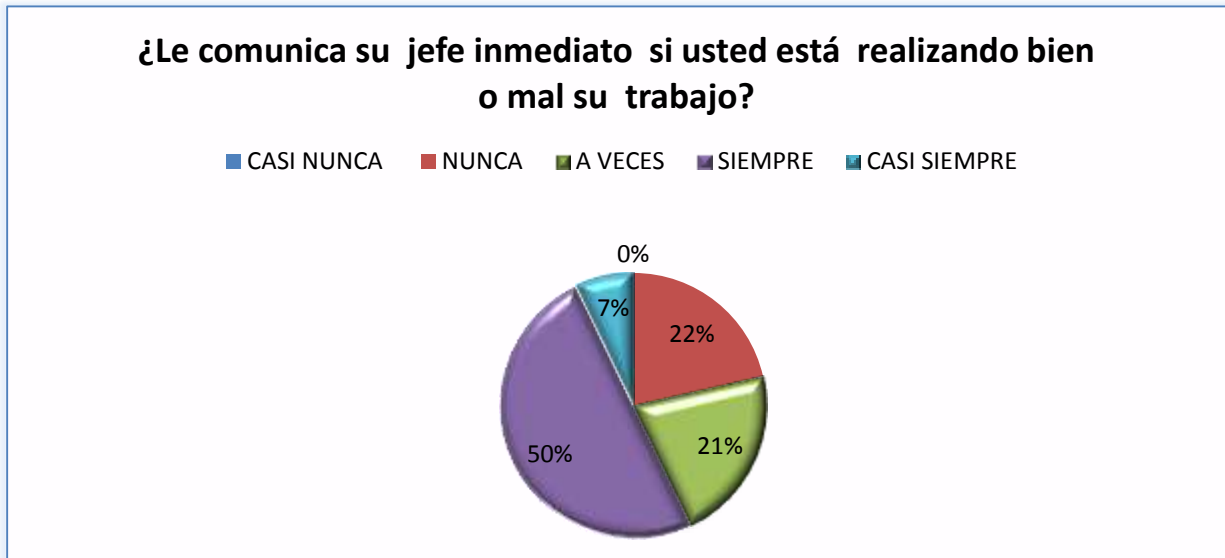
Gráfica No.4



Fuente: Epesista Jackelyne Galicia

Interpretación: en esta gráfica muestra que el 36% de empleados consideran que las tareas que realizan corresponden a su desempeño laboral un porcentaje igual al 36% indican que a veces mientras el 28% casi siempre desarrollan tareas correspondientes a su trabajo.

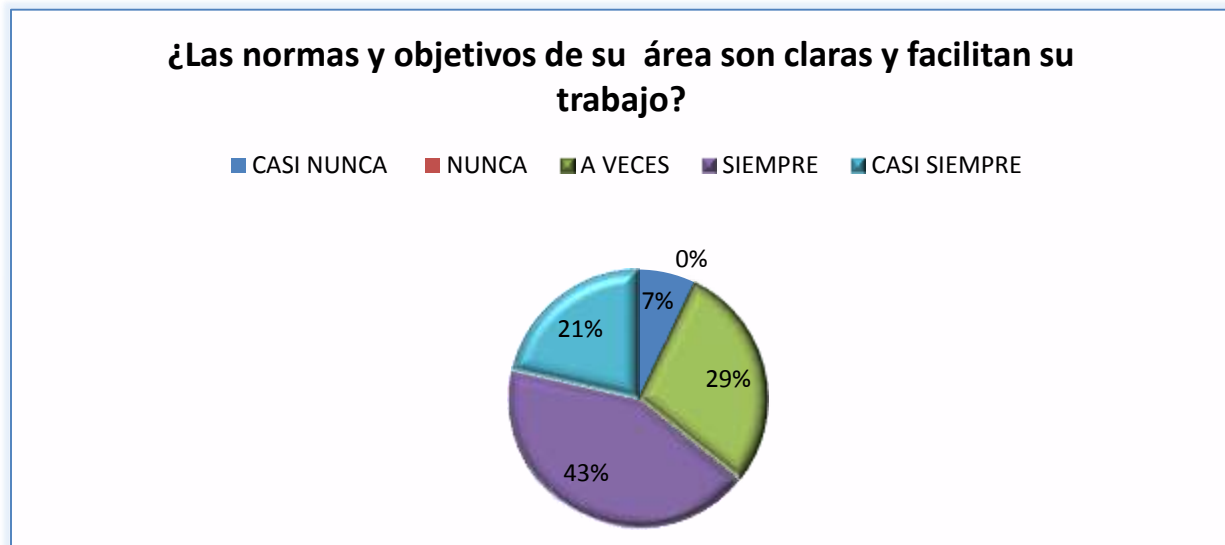
Gráfica No.5



Fuente: Epesista Jackelyne Galicia

Interpretación: un 50% de los colaboradores manifiestan que su jefe inmediato le indica si está realizando su trabajo bien o mal, seguido del 22% señala nunca, el 21% indica a veces y un 7% considera que casi siempre.

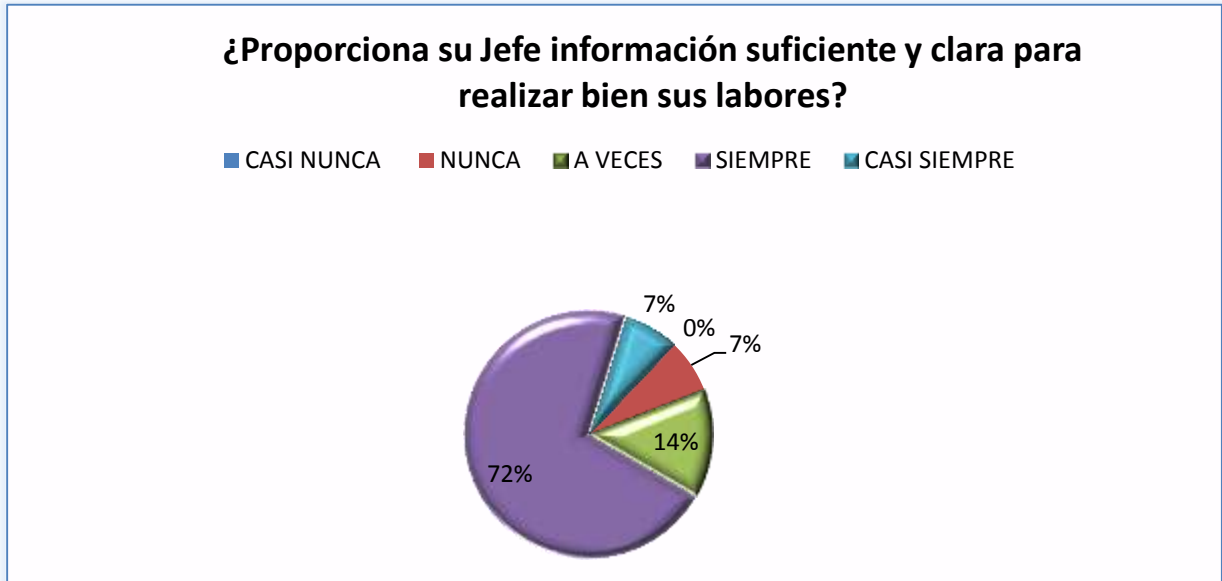
Gráfica No.6



Fuente: Epesista Jackelyne Galicia

Interpretación: la interrogante muestra que el 43% afirman que las normas y objetivos de las áreas de trabajo son claras y facilitan su labor seguido del 29% que manifiesta que tan solo a veces, el 21% casi siempre y un 7% indica casi nunca.

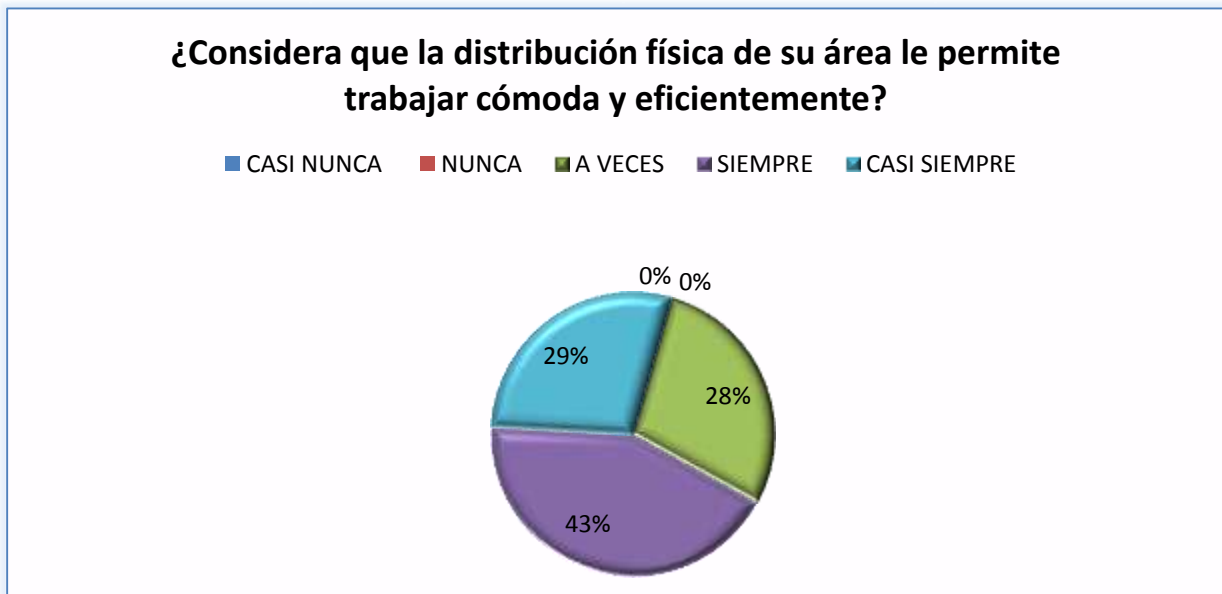
Gráfica No.7



Fuente: Epesista Jackelyne Galicia

Interpretación: Según grafica el 72% de las encuestas consideran que les proporciona suficiente información y clara para realizar su trabajo el 14% a veces y el 7% indica nunca haberles proporcionado información de manera suficiente y clara para desempeñar sus labores.

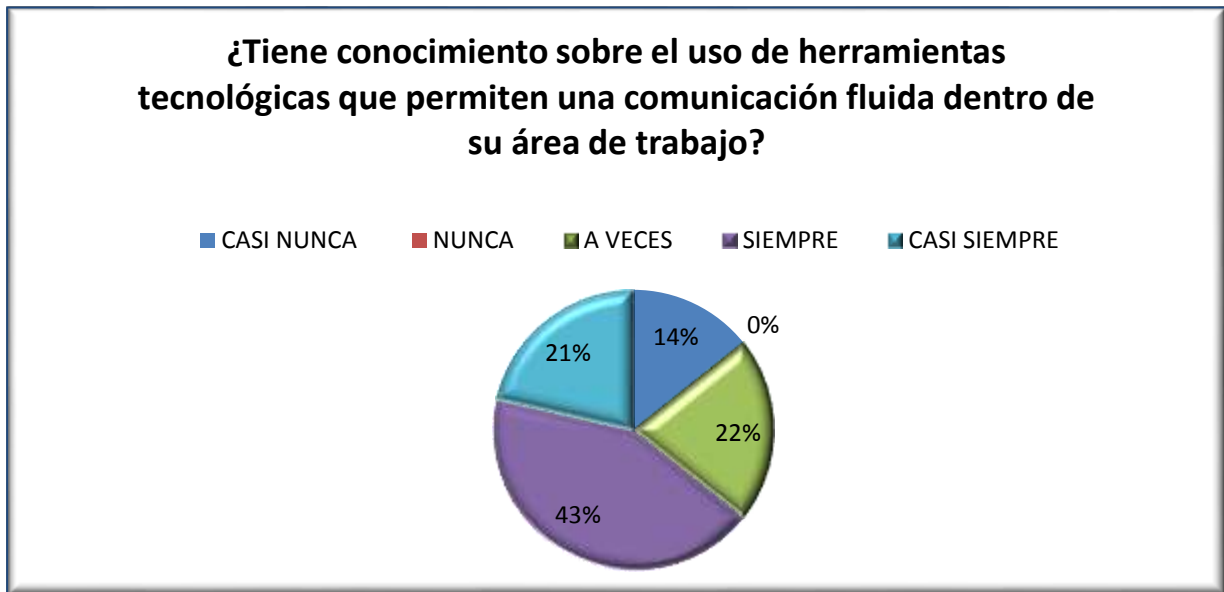
Grafica No.8



Fuente: Epesista Jackelyne Galicia

Interpretación: La gráfica indica que el 43% consideran que la distribución física de su área de trabajo le permite trabajar cómoda y eficientemente, el 29% considera casi siempre y el 28% a veces.

Gráfica No.9



Fuente: Epesista Jackelyne Galicia

Interpretación: la gráfica indica que un 43% manifiesta tener conocimientos sobre el uso de herramientas tecnológicas que permiten una comunicación fluida dentro de su área laboral el 22% indica que a veces el 21% casi siempre y un 14% casi nunca.

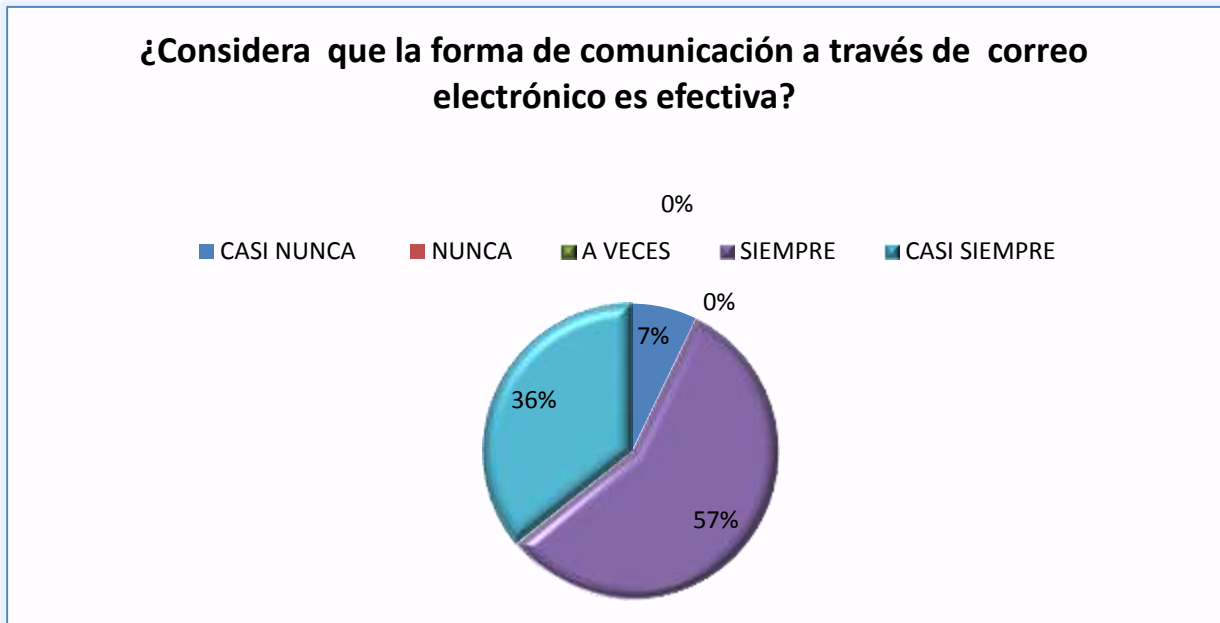
Gráfica No. 10



Fuente: Epesista Jackelyne Galicia

Interpretación: según la encuesta el 43% indica haber recibido capacitaciones para facilitar el uso de herramientas de comunicación, el 29% a veces, el 21% casi nunca y un 7% "nunca".

Gráfica No.11



Fuente: Epesista Jackelyne Galicia

Interpretación: Según la interrogante realizada el 57% considera que la forma de comunicación a través de correo electrónica es efectiva, un 36% indica casi siempre y un 7% manifiesta casi nunca.

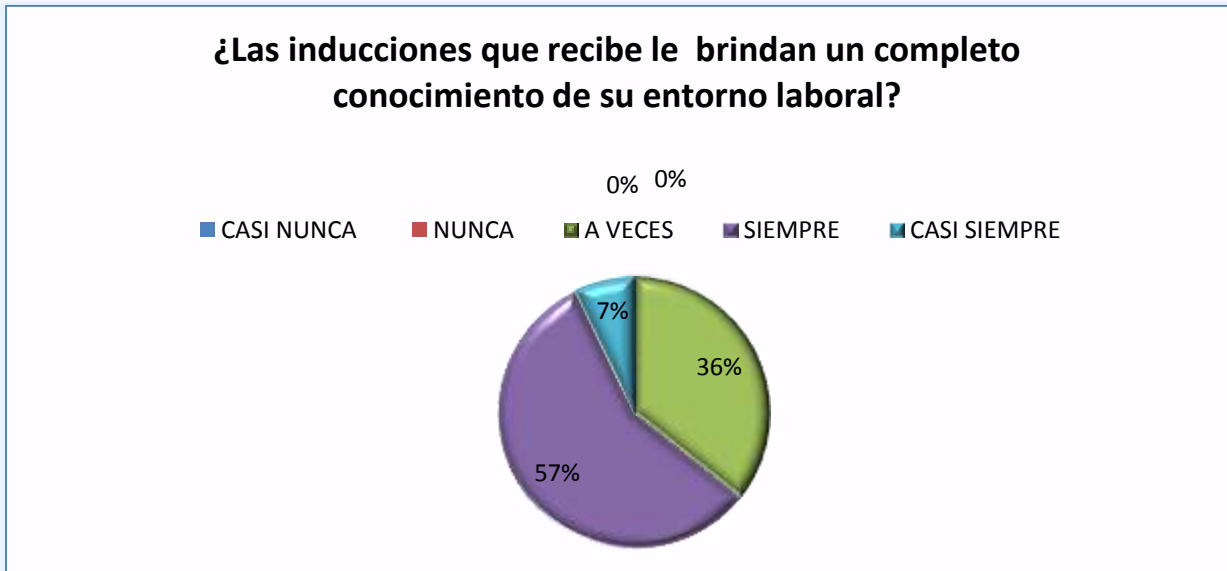
Gráfica No.12



Fuente: Epesista Jackelyne Galicia

Interpretación: la gráfica indica que un 50% Le es trasladado información de interés de manera oportuna un 22% manifiesta quea veces, el 14% casi siempre,el 7% indica casi nunca y el otro 7% nunca.

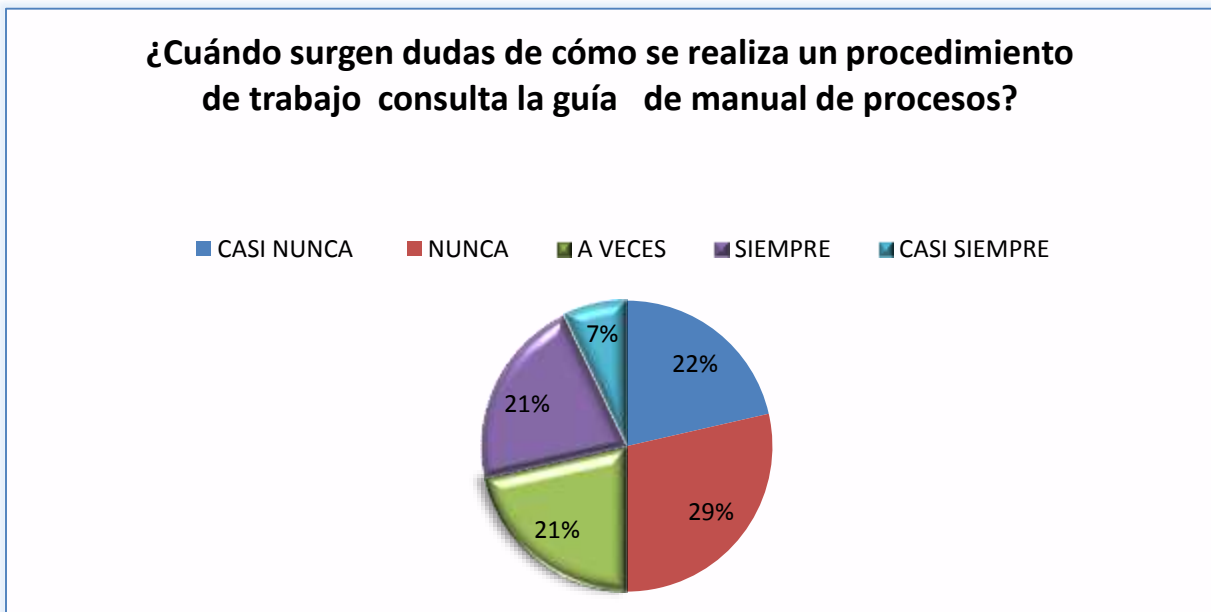
Gráfica No.13



Fuente: Epesista Jackelyne Galicia

Interpretación: el 57 % de los colaboradores indican recibir inducciones que les brinda un completo conocimiento de su entorno laboral, el 36% indica que a veces y un 7% manifiesta casi siempre por lo que se muestra favorecedor para cada empleado.

Gráfica No.14



Fuente: Epesista Jackelyne Galicia

Interpretación: la gráfica indica que el 29% no consulta el manual de procesos cuando surge una duda de cómo realizar un procedimiento de trabajo, el 22 % indica casi nunca consultarlo, el 21% siempre otro porcentaje de 21 % manifiesta a veces y el 7% casi nunca.

1.5. FODA

1.5.1. Fortalezas

- Posee herramientas de comunicación modernas (tecnología)
- Capacitaciones constantes
- Disponibilidad de tiempo en el área administrativa
- Cuenta con buena distribución física del área de trabajar.

1.5.2. Oportunidades

- Amplio espacio para implementación de comunicación impresa.
- Colocación de internet en cada área de trabajo para facilitar información a los clientes externos.
- Tener acceso rápido a los manuales de procesos de cada área de trabajo.
- Oportunidad de crecimiento en el área laboral y profesional.

1.5.3. Debilidades

- Deficiencia en la comunicación interna.
- Falta de divulgación de metas alcanzadas por medio de herramientas comunicacionales.
- No se consultan con frecuencia las guías de trabajo cuando se tienen dudas de un proceso por falta de actualización.
- No se realizan a menudo capacitaciones de herramientas comunicacionales.

1.5.4. Amenazas

- No existe personal a cargo de la divulgación de información que compete al departamento de internacional.
- Resistencia al cambio por parte de los jefes inmediatos.
- Falta de interés y compromiso por parte de los jefes inmediatos.
- Con frecuencia no hay retroalimentación por parte del receptor cuando se utiliza la herramienta de correo electrónico.

CAPITULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

El Banco Agromercantil de Guatemala, S.A es una institución bancaria con 90 años de experiencia, cuya finalidad es brindarle a sus clientes, productos y servicios financieros de alta calidad y excelencia. Dicha entidad consta de 12 Gerencias primordiales que forman parte de la dirección y organización de la entidad, siendo uno de ellas la Gerencia de Banca Internacional, un departamento enfocado a ofrecer varios servicios como Cartas de Crédito, Prestamos Financieros, Transferencias Internacionales y operaciones realizadas al exterior del país.

Hasta el momento la Gerencia de Banca Internacional no cuenta con ningún plan de comunicación antes de realizarse el presente.

2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1. *Objetivo General*

Presentar un plan de comunicación interna en la Gerencia de Banca Internacional del Banco Agromercantil de Guatemala, S.A.

Objetivos específicos

- Fortalecer las herramientas de comunicación existentes para desarrollar efectivamente los procesos laborales de cada área.
- Maximizar la productividad de los colaboradores a través de la utilización de un programa de actividades.
- Mejorar el trabajo en equipo y comunicación.
- Reformar las normas en los proceso operativos por medio de un manual de procesos.

2.3. PÚBLICO OBJETIVO

2.3.1 Público Interno

Público Interno	<ul style="list-style-type: none">○ Colaboradores que conforman las áreas de la Gerencia de Banca Internacional del Banco Agromercantil de Guatemala, S.A.○ Cartas de Crédito, Financiamiento, Comunicaciones y Operaciones.
Características demográficas	Sexo: <ul style="list-style-type: none">○ Femenino○ Masculino
	Edad: <ul style="list-style-type: none">○ 18 - 50 años.
	Raza: <ul style="list-style-type: none">○ Ladina○ Indígena
Segmentación socioeconómica	Niveles de ingreso: <ul style="list-style-type: none">○ Individual
	Nivel de educación: <ul style="list-style-type: none">○ Educación media○ Educación superior
	Clase social <ul style="list-style-type: none">○ C - Clase Media

2.4. MENSAJE

“Comunicación, compromiso y servicio”

- La comunicación es un enlace primordial entre jefes y colaboradores para poder ejecutar las labores con excelencia.
- El compromiso es la responsabilidad que cada colaborador ofrece al ejercer su trabajo con profesionalismo y puntualidad.
- El servicio es la actitud de brindar nuestra mejor disposición y trabajo para llegar a brindarle todo lo que el cliente espera de los colaboradores.

2.5. ESTRATEGIAS

- **Reformar los procesos operativos por medio de un manual digital e impreso.**
Recolección de normativas y parámetros de los procesos laborales del área de financiamiento con el fin recalcar los pasos a cumplir en una operación bancaria.
- **Maximizar la productividad de los colaboradores a través de la utilización de un programa de actividades.**
Implementar plantillas que contengan las operaciones diarias de cada colaborador en el cual se pueda obtener el tiempo que conlleva cada operación ejecutada, revisada y autorizada por el jefe inmediato.
- **Fomentar el trabajo en equipo**
Efectuar reuniones en donde se involucre a los colaboradores, supervisor y jefe inmediato con el fin de comunicar las metas alcanzadas o deficiencias en el área de trabajo.
Para las juntas de trabajo se implementará actividades recreativas para mejorar el ambiente laboral.
- **Fortalecer el uso de herramientas comunicacionales existentes.**
Capacitación direccionada a los colaboradores sobre el uso correcto de Microsoft Outlook para fortalecer y optimizar el uso de esta herramientas de trabajo.

2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Acción 1	
¿A que estrategia responde la acción?	Reformar los procesos operativos por medio de un manual digital e impreso.
Problema	No se cumple los procedimientos operativos estipulados por el área.
Producto	Manual de procesos operativos del área de Financiamiento.
Objetivo Comunicacional	Brindar una herramienta comunicacional para establecer por escrito las normas y parámetros establecidos a través de un manual de procedimientos .
Tipo de mensaje	Informativo, inductivo
Público Objetivo	Público interno (colaboradores) y externo (clientes que prestan el servicio)
Medio de difusión	Se dejará evidencia de la impresión de las normativas a través de material impreso y digital.



Tiraje:

El material impreso y digital contiene 12 páginas tomando en cuenta portada y contraportada.

Forma de uso:

El manual consta normas, procesos y responsabilidades de cada encargado, descripción de pantalla del sistema operativo para mayor comprensión.

Acción 2

¿A que estrategia responde la acción?	Optimizar tiempo por medio de un programa que mide estándares en cada operación verificada y autorizada por el jefe inmediato.
Problema	Demora en la autorización de operaciones por parte del jefe inmediato.
Producto	Programa para medición de tiempos en operatorias.
Objetivo Comunicacional	Maximizar la productividad de cada colaborador y jefe del área.
Tipo de mensaje	Inductivo
Público Objetivo	Publico interno (colaboradores) y externo (clientes que prestan el servicio)
Medio de difusión	Se dejará evidencia a través de material impreso y digital.

AUXILIAR DE CARTAS DE CREDITO							
Actividades	Revisión	Autorización	Jefe/Supervisor	Hora entrega	Jefe/Supervisor	Hora recibida	OBSERVACIONES
Revisión de documentos	Sergio						
Elaboración de Aviso de discrepancias	Beatriz						
Elaboración de Carta de Endoso de documentos	Beatriz						
Realización de mensajes de aceptación de documentos	Beatriz						
Realización de mensajes de aviso de discrepancias	Beatriz						
Realización de mensajes autorizando a pagar la carta de crédito por capital y gast.	Beatriz						
Realización de mensajes a reclamar reembolso	Beatriz						
Realización de avisos de pago, cobros de gastos en escritorio Bem.	Sergio						
Realización de aviso de vencimiento de cartas de crédito	Sergio						
Realización de solicitud del financiamientos cuando clientes pagan con cupo	Sergio						
Registro de los pagos de cartas de crédito en sistema cobis ya sea capital o gast.	Sergio						

Acción 3

¿A que estrategia responde la acción?	Fomentar el trabajo en equipo y comunicación.
Problema	Falta de comunicación entre colaboradores y jefes inmediatos
Producto	Reuniones mensuales o semanales según acuerdos entre jefe y colaboradores.
Objetivo Comunicacional	Maximizar la productividad a través de una excelente comunicación entre colaboradores y jefe inmediato.
Tipo de mensaje	Informativo, Inductivo
Público Objetivo	Publico interno (colaboradores)
Medio de difusión	Reuniones

Programa del plan de comunicación					
Actividades	Objetivos	Incentivos	Lugar	Fecha y Hora	Expositor
Charlas	Maximizar la productividad a través de una excelente comunicación entre colaboradores y jefes inmediatos, de manera que obtengan resultados favorables y se cumplan objetivos a corto y largo plazo.	Organizar un coffee break, almuerzos o actividades que pueden ejecutar en grupo.	Salas de finanzas o realizar actividades fuera de la oficina.	12:00	Jefes y supervisores de cada área

Acción 4

¿A que estrategia responde la acción?	Fortalecer el uso de herramientas comunicacionales existentes.
Problema	Colaboradores no dominan a la perfección la herramienta comunicacional de Outlook
Producto	Capacitación de la herramienta Microsoft Outlook
Objetivo Comunicacional	Instruir al colaborador para la fortalecer y optimizar el uso de la herramienta de comunicación.
Tipo de mensaje	Inductivo, informativo.
Público Objetivo	Publico interno (colaboradores)
Medio de difusión	Un capacitador especializado en la materia realizará la inducción sobre la herramienta Outlook

Capacitación de Intecap



CAPITULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. PROYECTO DESARROLLADO

Plan de comunicación Interna en la Gerencia de Banca Internacional del Banco Agromercantil de Guatemala, S.A.

3.1.1. Financiamiento

El 99.91% de los gastos fueron asumidos por la epesista. El 0.09% lo proporcionò la Gerencia de Banca Internacional del Banco Agromercantil.

Finaciamiento	Monto
Epesista	Q 13,207.05
Institución	Q. 12.50

3.1.2. Presupuesto

Cantidad	Detalle	Valor unitario	Costo total	Financiamiento
9	Capacitacion de Outlook	Q.100.00	Q. 900.00	Epesista
2	Impresiones de manuales	Q.20.00	Q. 40.00	Epesista
2	Empastado de manuales	Q 25.00	Q. 50.00	Epesista
300	Hojas en uso EPS	Q. 0.25	Q. 60.00	Epesista
25	Coffee break en capacitación	Q. 3.00	Q. 75.00	Epesista
9	Impresión de diplomas de capacitación de presentacion cartulina opalina blanca	Q.7.75	Q.69.55	Epesista
50	Fotocopias	Q. 0.25	Q. 12.50	Institucion BAM
	Asesoría comunicacional		Q. 12,000.00	Epesista
	Total de proyecto	Q 156.25	Q 13,207.05	

3.1.3. Beneficiarios

Beneficiario	Beneficio
Beneficiarios Primarios: Los colaboradores Cartas de crédito y Cobranzas	Se beneficiarion con estrategias para mejorar la comunicación interna.
Colaborador y Jefe inmediato del área de Financiamiento	Se beneficio con la implementación de un Manual de procesos operativos la cual facilitará sus labores.
Colaboradores de Operaciones, Cartas de Credito, Cobranzas, Transferencias del Exterior y Financiamiento.	Todas las áreas obtuvieron capacitación de una herramienta comunicacional, para brindarler mejoras en su trabajo
Beneficiarios Secundarios: Clientes Externos de la entidad	Los clientes obtendrán un servicio más rápido, efectivo y con excelente actitud de servicio por parte de cada colaborador de la Gerencia de Banca Internacional.

3.1.4. Recursos humanos

Personal	Cargo	Actividad
Licenciada Aleyda Aimme Palma Argueta	Gerente de Banca Internacional	Proporciono el apoyo y asesoría en las acciones aplicadas.

3.1.5. Áreas geográficas de acción

En el área de Gerencia de Banca Internacional del Banco Agromercantil de Guatemala, segundo nivel, ala sur, 7 Avenida 7-30 zona 9, Guatemala, Guatemala.

3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

1. Estrategia: Reformar los procesos operativos por medio de un manual impreso y digital.

Se realizó la entrega de un manual que contiene las reformas de los procesos operativos de la apertura de una línea de crédito correspondiente al área de financiamiento a través de material impreso y digital.

Objetivo Comunicacional:

No infringir las normas establecidas para no poner en riesgo a la entidad o personal a cargo del proceso.

Descripción:

Se efectuó un manual de procesos y normas previamente estipuladas por el jefe del área de financiamiento con el fin de realizar cada tarea de manera efectiva y así prevenir errores en cada actividad relacionada con la línea de crédito.

Acción desarrolladas:

- a. Se realizó un bosquejo de una guía de los procesos.
- b. Se efectuó reuniones constantes para verificar cada proceso operativo de la línea de crédito.
- c. Se redactó cada procedimiento tomando en cuenta las personas que están a cargo de cada proceso operativo.
- d. Se llevó a revisión y se rectificó para luego proceder a la impresión del manual de procesos.



Epesista Jackelyne Galicia en entrega a la colaboradora Mirna Felipe el Manual de Subprocesos Operativos de Financiamiento de Comercio Exterior.. -Junio 2017 Proyecto a cargo de Epesista Jackelyne Galicia

2. Estrategia : Optimizar tiempo por medio de un programa que mide estándares en cada operación verificada y autorizada por el jefe inmediato.

Optimizar tiempo por medio de un programa que mide estándares en cada operación verificada y autorizada por el jefe inmediato.

Objetivo Comunicacional:

Estableció estándares de tiempo para que cada una de las operaciones sean efectuadas de manera breve y efectiva.

Descripción:

Se efectuó un programa que contiene todas las actividades de los colaboradores del área de Cartas de Crédito y Cobranzas, el cual permitió colocar la hora de recepción y entrega por parte del jefe inmediato, de manera que pudiera verificarse el tiempo que conlleva cada emisión y autorización de cada operación ejecutada.

Acción desarrolladas:

- a. Se efectuó un programa con cada uno de los colaboradores.
- b. Efectivamente se revisó el programa de actividades junto al jefe inmediato del área y se procedió a imprimir.
- c. Se le entregó a cada colaborador 7 hojas que contiene el programa de actividades en el horario de 8:00 am a 5:00 pm. durante 7 días.
- d. Cada colaborador después de ejecutar una operación, procedía a entregarle a su jefe inmediato el programa junto con la operación y este debía ser revisada y firmada de recibida por parte del jefe inmediato.



Epesista Jackelyne Galicia en entrega al colaborador Luis Flavio Lòpez el programa de actividades laborales de cartas de crédito y cobranzas. –Junio 2017.
Proyecto a cargo de Epesista Jackelyne Galicia

3. Fomentar el trabajo en equipo y comunicación

Fortalecer la comunicación entre colaboradores y jefes inmediatos a través de reuniones mensuales y actividades de convivencia.

Objetivo Comunicacional:

Maximizar la productividad a través de una excelente comunicación entre colaboradores y jefe inmediato.

Descripción:

Se efectuaron reuniones con el jefe y supervisor del área de cartas de crédito y Cobranzas para proponer reuniones mensuales o semanales con el propósito de mejorar la comunicación y obtener resultados favorables y verificar que se cumplan los objetivos a corto o largo plazo.

Acción desarrolladas:

Se efectuó dos reuniones durante el mes de junio y julio del presente, donde se brindó información sobre las actividades del mes y sustento de material de trabajo.

También se proporcionó un almuerzo por parte de la jefa del área de Cartas de crédito y Cobranzas como incentivo por las metas cumplidas en el proceso del mes.



Primera reunion mensual con el area de de Carta de Crédito y Cobranzas donde se brindo sustento de material de trabajo con la colaboración de la jefa Beatriz de Leche, Supervisor Sergio Siliezar y los colaboradores Silvia Lechuga, Luis Ramos y Elena Galindo. -Junio 7017.
Proyecto a cargo por epesista Jackelyne Galicia



Convivencia con la colaboración de la Jefe Beatriz de Leche, Supervisor Sergio Siliezar y los colaboradores Silvia Lechuga, Luis Lopez y Elena Galindo. Julio 2017.
Proyecto a cargo por epesista Jackelyne Galicia

4. Estrategia: Capacitación herramienta comunicacional Outlook

Se brinda una capacitación de la herramienta Outlook a los colaboradores de todas las áreas que conforman la Gerencia de Banca Internacional.

Objetivo Comunicacional:

Instruir al colaborador para fortalecer y optimizar el uso de la herramienta de comunicación.

Descripción:

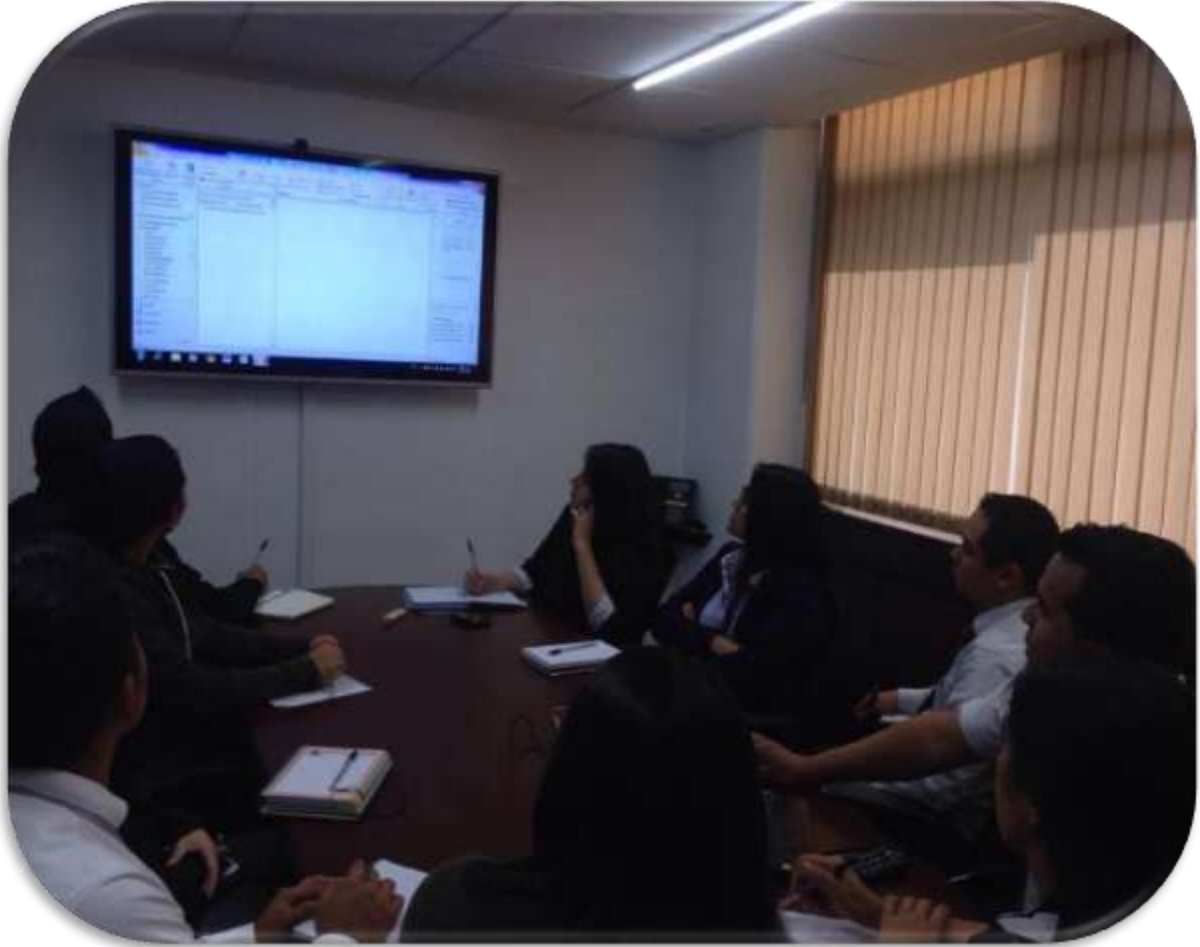
Dado a que los colaboradores no dominan a la perfección la herramienta comunicacional de Outlook, un especialista en la materia brinda una capacitación para enriquecer sus conocimientos.

Acción desarrolladas:

Se contrata un técnico en informática para brindar una capacitación sobre la herramienta comunicacional Outlook.

La capacitación se efectuó el día 26 de julio a las 15:30 horas en la Sala Financiera del 9no. Nivel de la Gerencia de Banca Internacional.

Capacitación Outlook



Capacitación de la herramienta comunicadora Microsoft Outlook con la colaboración de Yulisa Sazo, Lilian Lopez, Calvin Martinez, María Guerra, Luis Lopez, Elena Galindo, Nancy Diaz, Nora Escobar, Rolando Gatica, que forman parte de la Gerencia de Banca Internacional. Julio 2017. Proyecto a cargo por epesista Jackelyne Galicia



El capacitador y Técnico en informática Francisco Pineda brindada a los colaboradores las primeras indicaciones en el curso Outlook. - Julio 2017.
Proyecto a cargo por epesista Jackelyne Galicia



La capacitación fue brindada a los colaboradores Yulisa Sazo, Lilian Lopez, Calvin Martinez, Maria Guerra, Luis Lopez, Elena Galindo, Nancy Diaz, Nora Escobar, Rolando Gatica en presencia de la Supervisora Licda.Sandra Hernandez y la Epesiste Jackelyne Galicia. Julio 2017.
Proyecto a cargo por epesista Jackelyne Galicia



El Capacitador Francico Pineda interactua con la colaboradora Nancy Garcia en la capacitación de la herramienta Outlook.
Proyecto a cargo por epesista Jackelyne Galicia



La epesista Jackelyne Galicia le hace entrega un diploma por asistir a la capacitación de Outlook a la colaboradora Nancy Garcia del área de Comunicaciones del Exterior.
Proyecto a cargo por epesista Jackelyne Galicia



La epesista Jackelyne Galicia le hace entrega un diploma por asistir a la capacitación de Outlook al colaboradora Celvin Martinez. del área de Operaciones . Julio 2017.
Proyecto a cargo por epesista Jackelyne Galicia



Coffee break ofrecido a los colaboradores posteriormente a la capacitación. Julio 2017.
Proyecto a cargo por epesista Jackelyne Galicia

3.3. CRONOGRAMA



Fuente: <http://es.ccm.net/contents/580-diagrama-de-gantt>

3.4. Control y seguimiento

Estrategia	Indicadores	
	Cuantitativos	Indicadores Cualitativos
<p>Reformar los procesos operativos por medio de un manual digital e impreso.</p> <p>Objetivo: Brindar una herramienta comunicacional para establecer por escrito las normas y parámetros establecidos a través de un manual de procedimientos.</p>	<p>En la reforma de procesos 2 personas obtuvieron el beneficio.</p>	<p>“Este manual nos ayudará a evitar errores y evitar inconvenientes a futuro”</p>
<p>Optimizar tiempo por medio de un programa que mide estándares en cada operación verificada y autorizada por el jefe inmediato.</p> <p>Objetivo: Maximizar la productividad de cada colaborador y jefe del área.</p>	<p>En el proceso de implementación del programa participo el 100% de personal del área de cartas de crédito y cobranzas.</p>	<p>“Es notorio el cambio en la proyección de tiempos que ahora manejamos en la autorización de operaciones”</p>
<p>Fomentar el trabajo en equipo y comunicación.</p> <p>Objetivo: Maximizar la productividad a través de una excelente comunicación entre colaboradores y jefe inmediato.</p>	<p>En las reuniones efectuadas el 100% de los colaboradores se hicieron presentes en cada actividad a realizar.</p>	<p>“Estas reuniones si nos han ayudado a mejorar la relación laboral entre compañeros y jefa del área”.</p>
<p>Fortalecer el uso de herramientas comunicacionales existentes.</p> <p>Objetivo: Instruir al colaborador para la fortalecer y optimizar el uso de la herramienta de comunicación.</p>	<p>En la capacitación participo el 90% de los colaboradores.</p>	<p>“El capacitador dio buenos tips que no sabíamos y ahora solo falta ponerlos en practica. Muy buena clase”.</p>

CONCLUSIÓN

Se presento una investigación a profundidad para identificar los problemas reflejados en la empresa.

Por medio del diagnostico se determino las problemáticas que la entidad sufría, utilizando métodos y técnicas de investigación.

En base al diagnostico se determino, la mala comunicación existente entre colaboradores y empleados, la falta de fluides de información entre jefe y subordinado, Deficiencias en los procesos operativos y perdida de tiempo en la ejecución y autorización de los mismos.

Se efectuo un foda el cual brindo una radiografia de las áreas que conforma la Gerencia de Banca Internacional.

Derivado a lo mencionado,se pretendio con la ejecución del plan de comunicación interna, se logrará fortalecer la comunicación jefe-subalterno, maximización de los medios de comunicación y la generación de políticas que normen y aporten un mejor control en los procesos operativos, tomando en cuenta la importancia de promover un buen clima laboral.

Se realizo un informe sobre el plan de comunicación ejecutado. Es importante mencionar que para lograr los objetivos estratégicos de la organización se debio tomar en cuenta la capacitación del recurso humano, la correcta planificación de la comunicación interna en la institución y el desarrollo de confianza que se generò de las relaciones interpersonales. Al tener estas bases fundamentales se desarrollò una cultura organizacional, que brindò una visión amplia hacia donde se queria llegar.

RECOMENDACIONES

Como parte del proceso del plan de comunicación ejecutado en la entidad es importante recalcar la importancia de la comunicación interna. Por consiguiente es de importancia que se le de seguimiento a las acciones.

Es necesario brindar seguimiento a las reuniones mensuales que se efectúan junto a los colaboradores, con el fin de obtener un flujo de información clara y consisa.

Seguir sosteniendo un buen ambiente laboral para que las acciones sigan siendo efectivas.

Es de vital que el colaborador del área de finaciamento se apoye constantemente en el manual de subprocesos operativos para evitar daños economicos a la empresa y a su personal a cargo.

Mantener el ritmo de trabajo para que los procesos operativos no se atracen y repercutan de manera negativa en los clientes que reciben el servicio.

Brindarle seguimiento a las capacitaciones que ayudan a dar un mejor servicio a los clientes externos.

Glosario de términos

Ejecución

Definición de Del latín *exsecutio*, el **término ejecución** permite nombrar a la acción y efecto de ejecutar

Línea de Crédito

Monto autorizado de crédito para su uso hasta el límite otorgado en solicitudes posteriores en préstamos del exterior y/o cartas de crédito.

Fatca

La Ley de cumplimiento tributario de cuentas extranjeras, conocida principalmente por sus siglas en inglés FATCA (Foreign Account Tax Compliance Act) es una Ley de Estados Unidos aprobada por el Congreso de Estados Unidos en 2010 y que está vigente desde 2013.

Pymes

Empresa pequeña o mediana en cuanto a volumen de ingresos, valor del patrimonio y número e trabajadores.

"tratan de solventar los problemas financieros de las pymes ofreciendo cobertura a sus necesidades crediticias"

Core

Core bancario (en inglés, *core banking*) se define como el negocio desarrollado por una institución bancaria con sus clientes minoristas y pequeñas empresas. Muchos bancos tratan a los clientes minoristas como a sus clientes de "Core bancario", y tienen una línea de negocios separada para gestionar las pequeñas empresas. Las grandes empresas son administradas a través de la División de Banca Corporativa de la institución. "Core bancario", básicamente, se refiere a las operaciones de depósito y de préstamos de dinero.

Colector

se encarga de efectuar el cobro de las importaciones contra entrega de documentos por cuenta de exportador o proveedor.

Drawer

Un compartimiento de almacenamiento similar a una caja sin tapa, hecho para deslizarse horizontalmente dentro y fuera de un escritorio, un cofre u otro mueble.

Alianza

Pacto o unión entre personas, grupos sociales o estados para lograr un fin común,

Consolidando

Es un documento que integra en el texto original de una norma o disposición las modificaciones y las correcciones que ha tenido desde su origen.

Fusión

Es la unión de dos o más personas jurídicamente independientes que deciden unir sus patrimonios y formar una nueva sociedad con la que desarrollar su actividad.

Regulador

Regulador, suele hacer referencia a un dispositivo capaz de realizar un control o regulación de una magnitud física de un sistema.

Requerimiento

Petición de una cosa que se considera necesaria, especialmente el que hace una autoridad.

Exportador

De la exportación o relacionado con ella.

Girador

Es una orden escrita de una persona (**girador**) a otra (girado) para que pague una determinada cantidad de dinero en un tiempo futuro (determinado o determinable) a un tercero (beneficiario). Las personas que intervienen son: El **girador** o librador: es quien elabora el documento y da la orden de pago.

Método

Modo ordenado y sistemático de proceder para llegar a un resultado o fin determinado.

Cuantitativo

también conocido como investigación **cuantitativa**, empírico-analítico, racionalista o positivista es aquel que se basa en los números para investigar, analizar y comprobar información y datos; este intenta especificar y delimitar la asociación o correlación, además de la fuerza de las variables

Cualitativo

El **método cualitativo** o la investigación **cualitativa** como también se le llama, es una técnica o **método** de investigación que alude a las cualidades es utilizado particularmente en las ciencias sociales; pero de acuerdo a ciertas fuentes también se utiliza en la investigación política y de mercado

.

Enfoque

Método y técnica. unos supuestos desarrollados con anticipación a fin de resolverlo de modo acertado. Suele aplicarse mediante términos tales como : estrategia didáctica o **método** de enseñanza.

Sistematico

Que sigue o se ajusta a un sistema.

Se refiere a la persona que actúa según un sistema metódico

Metodo sistematico

Es un proceso mediante el cual se relacionan hechos aparentemente aislados y se formula una teoría que unifica los diversos elementos. Consiste en la reunión racional de varios elementos dispersos en una nueva totalidad, este se presenta más en el planteamiento de la hipótesis.

Recolección

se refiere al uso de una gran diversidad de técnicas y herramientas que pueden ser utilizadas por el analista para desarrollar los sistemas de información, los cuales pueden ser la entrevistas, la encuesta, el cuestionario, la observación, el diagrama de flujo etc.

Factor

Elemento, circunstancia, influencia, que contribuye a producir un resultado.

Empírico

Es un adjetivo que señala que algo está basado en la práctica, experiencia y en la observación de los hechos. La palabra **empírico** es de origen griego "empeirikos" que significa "experimentado". Asimismo, **empírico** se refiere a un individuo que es seguidor del empirismo.

Inmersión

Introducción completa de un cuerpo en un líquido.

Focalizada

El término **factor**, de origen latino, tiene diversos usos. En el campo de las matemáticas, se conoce como **factor** cada una de las cantidades o expresiones

Variable

Que está sujeto a cambios frecuentes o probables.

Población

Una **población estadística** es un conjunto de sujetos o elementos que presentan características comunes. Sobre esta **población** se realiza el estudio **estadístico** con el fin de sacar conclusiones.

Muestra

Parte o cantidad pequeña de una cosa que se considera representativa del total y que se toma o se separa de ella con ciertos métodos para someterla a estudio, análisis o experimentación.

Instrumentos

Eskala Likert

Es una **escalapsicométrica** el cual tiene su origen debido al psicólogo Rensis **Likert.**, utilizada principalmente en la investigación de mercados para la comprensión de las opiniones y actitudes de un consumidor hacia una marca, producto o mercado meta.

Outlook

Es un programa que funciona bajo la plataforma de Windows y ha sido desarrollado por la compañía Microsoft para dar soporte a gente que necesitaba un gestor de correo electrónico

Diccionario de la RAE

El ***Diccionario de la lengua española*** (oficialmente ***DLE*** desde la 23.^a edición y ***DRAE*** hasta la 22.^a edición) es un diccionario de idioma español editado y elaborado por la Real Academia Española (RAE).

Bibliografía

- Briones, G. (1995). Métodos y Técnicas de Investigación para las Ciencias Sociales, 2ª. México. (Ed.) Trillas.
- Carlos Sabino (1992) El proceso Investigativo, Caracas (Ed.) Lumen..
- Fernández, C. (2002) La comunicación en las Organizaciones, México D.F. (Ed.) Trillas.
- Cabezas Horacio (2010) Guia elemental de técnicas de investigación, Guatemala Chimaltenango. (Ed.) Lic. Martin Satz Tol 3ª edición corregida.
- Fidas G. Arias (1999) variables, Proyecto de Investigación, Caracas (Ed.) Episteme Oriol Ediciones.
- Guillermo Briones (1992) Métodos y técnicas para la investigación, México (Ed.) Trillas.
- Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C.P. (2008) El matrimonio cuantitativo Cualitativo, El paradigma mixto, México (Ed.) McGraw-Hill Interamericana.
- Morales, V (1994) Población y muestra, Planteamiento y análisis de investigación, Variables, Caracas (8 Ed.) El dorado.
- Taylor, J. y Bodgan, H. (1986). Introducción a los métodos cualitativos de Investigación. Buenos Aires (Ed.) Paidós.
- Arfuch (1995), La entrevista, Una invención dialógica, Barcelona (Ed.) Paidos.

E-grafías

- Portal banca en línea Banco Agromercantil de Guatemala (2017) Historia fusión Bam y Bancolombia extraído en marzo del 2017.
<http://www.bam.com.gt/index.php/bam-bancolombia>
- Portal banca en línea Banco Agromercantil de Guatemala (2017) Historia bam extraído en marzo del 2017 de.
<http://www.bam.com.gt/index.php/conoce-bam>
- Sampieri Hernández Roberto (2014) Metodología de la investigación 6ta edición McGraw-Hill education.
<http://es.slideshare.net/SelAbrajn/metodologia-de-la-investigacion-sampieri-6ta-edicion-66357906>
- Normas APA (2017) Redacción, extraído en marzo del 2017.
<http://normasapa.net/4-consejos-de-apa-para-la-redaccion-academica/>
- Normas APA, (2017) La muestra, extraído en marzo del 2017.
<http://normasapa.net/que-es-una-muestra-y-como-se-selecciona/>
- Normas APA, (2017) Enfoques cualitativos y cuantitativos, extraído en abril del 2017.
<http://normasapa.net/tesis-enfoque-cuantitativo-cualitativo/>
- Normas APA, (2017) Variables, U.S. Department of Health and Human Service, extraído en mayo del 2017.
<http://normasapa.net/que-es-una-muestra-y-como-se-selecciona/>
- Diagrama de Gantt, pagina youtube, como efectua diagrama de Gantt, extraído en mayo del 2017.
<https://www.youtube.com/watch?v=qbi28Y7yLlc>
<http://es.ccm.net/contents/580-diagrama-de-gantt>
- Sabino, C. (1992) El proceso de investigación, extraído en mayo del 2017.
<http://paginas.ufm.edu/Sabino/PI.htm>

ANEXOS

Resultado de las entrevistas

Entrevista 1

Según lo manifestado por el entrevistado en el área de trabajo no siempre hay una buena comunicación interna, considera que no son escuchadas sus opiniones, ni peticiones para la mejora en los procesos de trabajo.

Se saltan jerarquías debido a la falta de comunicación entre jefe y subalterno. Considera que hay preferencias con el personal en el área de trabajo y falta de incentivo laboral por parte de sus jefes.

Señala la entrevistada que el trabajo es afectado debido a que el jefe inmediato pierde tiempo en otras actividades que no competen a lo laboral, teniendo que postergar su hora de salida, ya se ha comunicado este tipo de deficiencias con el jefe pero no muestra interés en cambiar esa actitud.

La comunicación interna entre las áreas aledañas no es muy fluida, carece de una poca organización y comunicación entre los jefes de las áreas.

Para brindarle solución a las problemáticas dentro del área, considera que puede realizarse reuniones con el equipo de trabajo con el objetivo de mejorar la comunicación, procesos laborales y tiempo. Es por ello que sugiere la implementación de un cronograma de actividades. Además realizar rotaciones en puestos de trabajo para adquirir nuevos conocimientos y brindar apoyo cuando se necesite.

Entrevista 2

Manifiesta el entrevistado que en ocasiones se cuenta con un buen clima laboral, pero a veces se ve afectado por la falta de una comunicación efectiva dentro del área de trabajo.

Las deficiencias que se detecta en la comunicación son por falta de efectividad en las soluciones de los problemas que van surgiendo en el trabajo, así como la mala actitud, compromiso y responsabilidad que el jefe toma hacia los colaboradores de su área cuando se le indica que un proceso está mal ejecutado debido a sus instrucciones.

Según indica Sí, se cuenta con una comunicación fluida con las otras áreas de trabajo y se trabaja de manera efectiva.

Indica para que la comunicación se factible es importante implementar capacitaciones o charlas al personal de cómo obtener una buena conducta y cómo ofrecer un excelente servicio al cliente.

Tener reuniones constantes para tratar de darle soluciones a los problemas que se vayan generando en los procesos de trabajo.

1.4.3 Análisis resultados encuestas.

Según las encuesta realizadas, el 50% de la muestra manifestó tener comunicación entre compañeros que permita el desarrollo de buenas relaciones interpersonales, el 43% considera a veces se da la comunicación y un 7% manifiesta casi siempre. Según los datos reflejados existen un porcentaje considerable que manifiesta que la comunicación no es tan efectiva.

La comunicación laboral entre jefe y colaborador tiende a ser efectiva según la encuesta proporcionando datos del 43% casi siempre es factible y un 36% siempre, sin embargo se muestra el 21% en desacuerdo con lo anteriormente planteado.

Según el 57% de los encuestados conocen las tareas o funciones específicas que deben realizar en su puesto de trabajo seguido del 36% que indica que casi siempre tienen conocimiento de sus funciones y el 7% a veces. El porcentaje de empleados que no conocen bien las actividades a realizar no es aceptable por lo que se deberá reforzar esta debilidad.

La interpretación sobre si las tareas que los colaboradores desempeñan corresponden a su puesto de trabajo es el siguiente; el 36% consideran que si corresponden, el 36% indican que a veces, el 28% casi siempre.

El 50% de los colaboradores manifiestan que su jefe inmediato le comunica si está realizando su trabajo efectivamente o no. El 22 % señala que nunca se le ha comunicado, el 21% indica que a veces y un 7% manifiesta que casi siempre pero por razones desconocidas no se les ha indicado si están realizando bien o mal sus actividades laborales.

Según gráfica indica que 43% de la muestra afirman que las normas y objetivos de las áreas de trabajo son claras y facilitan su labor seguido del 29% que manifiesta que tan solo a veces, el 21% casi siempre y un 7% indica casi nunca, de manera que se deberá brindar o reforzar las las normas y objetivos del área respectiva de trabajo.

El 72% de colaboradores consideran que les proporciona suficiente información y clara para realizar su trabajo el 14% a veces y el 7% indica nunca les han proporcionado información de manera suficiente y clara para desempeñar sus labores.

Según el 43% de los colaboradores consideran que la distribución física de su área de trabajo le permite trabajar cómoda y eficientemente, el 29% considera casi siempre y el 28% a veces.

El conocimiento y dominio de las herramientas comunicacionales tecnológicas son esenciales para un buen desempeño laboral y según la encuesta el 43% manifestó tener conocimientos sobre el uso de herramientas tecnológicas que permiten una comunicación fluida dentro de su área laboral el 22% indica que a veces el 21% casi siempre y un 14% casi nunca.

De la muestra tomada de los colaboradores un 57% considera que la forma de comunicación a través de correo electrónica es efectiva, un 36% indica casi siempre y un 7% manifiesta casi nunca, sin embargo las herramientas comunicacionales tienden a formar un apoyo esencial en la comunicación.

La muestra tomada indica que un 50% de los colaboradores les es trasladado información de interés de manera oportuna un 22% manifiesta que a veces, el 14% casi siempre, el 7% indica casi nunca y el otro 7% nunca.

El 57% de los colaboradores indican recibir inducciones que les brinda un completo conocimiento de su entorno laboral, el 36% indica que a veces y un 7% manifiesta casi siempre por lo que se muestra favorecedor para cada empleado.

Según el 29% no consulta el manual de procesos cuando surge una duda de cómo realizar un procedimiento de trabajo, el 22% indica casi nunca consultarlo, el 21% siempre otro porcentaje de 21% manifiesta a veces y el 7% casi nunca.

Modelo de encuesta



Encuesta comunicacional Gerencia de Banca Internacional del Banco Agromercantil de Guatemala S.A.	Casi Nunca	Nunca	a veces	Casi Siempre	siempre
¿Existe comunicación entre sus compañeros de trabajo que permita el desarrollo de buenas relaciones interpersonales?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Tiene usted una buena comunicación laboral con su jefe inmediato?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Conoce las tareas o funciones específicas que debe realizar en su puesto de trabajo?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Las tareas que desempeña corresponden a su puesto de trabajo?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Le comunica su jefe inmediato si usted está realizando bien o mal su trabajo?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Las normas y objetivos de su área son claras y facilitan su trabajo?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Proporciona su Jefe información suficiente y clara para realizar bien sus labores?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Considera que la distribución física de su área le permite trabajar cómoda y eficientemente?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Tiene conocimiento sobre el uso de herramientas tecnológicas que permiten una comunicación fluida dentro de su área de trabajo?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Recibe capacitaciones para facilitar el uso de herramientas de comunicación?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Considera que la forma de comunicación a través de correo electrónico es efectiva?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿La información de interés para todos es trasladada de manera oportuna?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Las inducciones que recibe le brindan un completo conocimiento de su entorno laboral?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Cuándo surgen dudas de cómo se realiza un procedimiento de trabajo consulta la guía de manual de procesos?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Matriz o vaciado de las encuestas

VACIADO DE ENCUESTAS Gerencia de Banca Internacional del Banco Agromercantil de Guatemala S.A.	Casi Nunca	Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
¿Existe comunicación entre sus compañeros de trabajo que permite el desarrollo de buenas relaciones interpersonales?	0	0	6	7	1
¿Tiene usted una buena comunicación laboral con su jefe inmediato?	3	0	0	5	6
¿Conoce las tareas o funciones específicas que debe realizar en su puesto de trabajo?	0	0	1	8	5
¿Las tareas que desempeña corresponden a su puesto de trabajo?	0	0	5	5	4
¿Le comunica su jefe inmediato si usted está realizando bien o mal su trabajo?	0	3	3	7	1
¿Las normas y objetivos de su área son claras y facilitan su trabajo?	1	0	4	6	3
¿Proporciona su Jefe información suficiente y clara para realizar bien sus labores?	0	1	2	10	1
¿Considera que la distribución física de su área le permite trabajar cómoda y eficientemente?	0	0	4	6	4
¿Tiene conocimiento sobre el uso de herramientas tecnológicas que permiten una comunicación fluida dentro de su área de trabajo?	2	0	3	6	3
¿Recibe capacitaciones para facilitar el uso de herramientas de comunicación?	3	1	4	6	0
¿Considera que la forma de comunicación a través de correo electrónico es efectiva?	1	0	0	8	5
¿La información de interés para todos es trasladada de manera oportuna?	1	1	3	7	2
¿Las inducciones que recibe le brindan un completo conocimiento de su entorno laboral?	0	0	5	8	1
¿Cuándo surgen dudas de cómo se realiza un procedimiento de trabajo consulta la guía de manual de procesos?	3	4	3	3	1



Se efectuó una conversación plática con la Jefa Beatriz Mendoza del área de Cartas de Crédito y Cobranzas Lilian Lopez y Mirna Felipe del área de Financiamiento para determinar las acciones a implementar.



Se hicieron aclaraciones de temas referentes al área de Financiamientos y la implementación de una estrategia, con colaboración de Mirna Felipe y Lilian Lopez.



Se realizó charlas con la colaboradora Lilian Lopez ex-encargada del proceso operativo de línea de crédito.



Se realizó una charla con la colaboradora Mirna Felipe actual encargada del proceso operativo de línea de crédito la cual fue beneficiada con el manual de procesos.



EPS
LICENCIATURA

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2017



Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Jackelyne Marlen Galicia de León
No. Carné y DPI: 200715526
MBA. Aleyda Aimee Palma Argueta, Gerente de Banca Internacional
Jefe o Encargado (a):
Institución o Empresa: Banco Agromercantil de Guatemala, S. A.
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: 01/ Al: 02	Junio	x	x	x	8	8	x	16hrs.
2	Del: 05/ Al: 09	Junio	7	8	8	8	8	x	39hrs.
3	Del: 12/ Al: 16	Junio	8	8	8	8	8	x	40hrs.
4	Del: 19/ Al: 23	Junio	8	8	8	8	8	x	40hrs.
5	Del: 26/ Al: 30	Junio	8	8	8	8	x	x	32hrs.
6	Del: 04/ Al: 07	Julio	x	7	7	8	8	x	30hrs.
7	Del: 10/ Al: 14	Julio	8	8	8	8	7	x	39hrs.
8	Del: 17/ Al: 21	Julio	8	8	8	8	8	x	40hrs.
9	Del: 24/ Al: 26	Julio	8	8	8	x	x	x	24hrs.
10	Del: 27/ Al: 31	Julio	x	x	x	x	x	x	00hrs.
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									300 hrs.

(f)
MBA. Aleyda Aimee Palma Argueta
Gerente de Banca Internacional

(f)
Licda. Sandra Hernández
Supervisora EPSL

