

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



**“PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE
MARÍTIMO DE GUATEMALA SOCIEDAD ANÓNIMA”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

KARIN DENISSE VIDAL ARCHILA

200217783

Previo a portar el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, Octubre de 2017

Consejo Directivo

Director

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes

M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijillo

Representantes Estudiantiles

Mario Roberto Barrientos Aldana

Anaite del Rosario Machuca Pérez

Representantes de Egresados

M.A. Jhonny Michael González Batres

Secretaria Administrativa

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Coordinador EPS Licenciatura

Lic. Luis Arturo Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios

Licda. Sandra Noemí Hernández y Hernández



Su agencia de carga confiable

Una extensa red de oficinas propias y de corresponsales a su servicio, en origen y destino para su carga marítima, aérea completa y consolidada en:

- Alemania
- Argentina
- Brasil
- China
- Cuba
- Chile
- Estados Unidos
- El Salvador
- España
- Italia**
- India
- Ecuador
- Mexico
- Peru
- Taiwan
- Colombia
- Panamá
- República Dominicana

Tramites de importación y exportación

Asesoramiento y servicio personalizado

Proyectos especiales

Más de 20 años de experiencia

CTM GUATEMALA, S.A.

7a. Avenida 12-23, Zona 9 Plazuela España
Edificio Etisa, 5to. Nivel Oficina 5.7
Tels: (502) 2361-1902 al 5
Fax: (502) 2361-3475
E-mail: ctm@ctm.com.gt

Guatemala, 21 de Agosto 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 el estudiante(a) epesista **Karin Denisse Vidal Archila** con número de carné: **200217783** de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; realizo el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en el **Departamento de Importaciones** cumpliendo con **300** horas efectivas de práctica comprendidas del 01 de Junio al 31 de Julio del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto: **"Plan de Comunicación Interna para la Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima"** entregando el material comunicacional respectivo, debidamente recibido por **Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima**.

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del 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,

LICENCIADO MARVIN CASTILLO

GERENCIA DE IMPORTACIONES

CTM GUATEMALA, S.A.

C.T.M. GUATEMALA, S.A.
7a. AVE. 12-23 ZONA 9
EDIFICIO ETISA OF. 5.7 5TO NIVEL
PLAZA ESPAÑA
TEL. 2361-1902 AL 05 FAX: 2361-3475



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



Guatemala 16 de octubre de 2017

Estudiante
Karin Denisse Vidal Archila
200217783
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

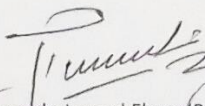
Me complace informarle que he revisado su informe final de EPS de Licenciatura con el título **PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE MARÍTIMO DE GUATEMALA SOCIEDAD ANÓNIMA**. El citado trabajo cumple los requisitos de rigor del presente programa por lo cual, emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

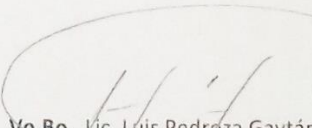
Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la distribución de su trabajo final de EPS de Licenciatura de forma digital en un archivo PDF en 7 CD'S que deberán ser distribuidos en cada una de las instancias siguientes:

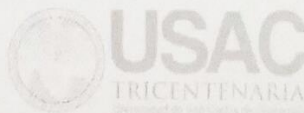
- Biblioteca USAC
- Biblioteca ECC
- Secretaría ECC
- Institución o empresa
- Coordinación EPSL

Sin otro particular,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Fernando Ismael Flores Barrios
Supervisor 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 el autor es responsable del contenido de este trabajo.

DEDICATORIAS

- A Dios: Por el don de la sabiduría, por permitirme despertar cada mañana hasta este momento brindándome todas las herramientas para lograr esta meta por su infinita bondad y amor.
- A mi Niña: Por acompañarme siempre y darme fuerzas.
- A mis padres: **Letty de Vidal**, por ser mi fuente de inspiración y mi fuerza para continuar día a día, por enseñarme a levantarme del fango con más ímpetu y a siempre sonreír no importando que tan negro este el cielo, te amo mi amora.
Mario Vidal, por inculcarme a ser una persona de bien, por tus consejos y apoyo en todo momento.
- A mis hermanos: **Jorge y Margarita Vidal**, por alentarme a seguir adelante, por ofrecerme ayuda y apoyo cuando lo he necesitado, es una fortuna tenerles en mi vida.
- A mi familia: Por su compañía, apoyo y cariño.
- A mi madrina: **Lisett García**, por acompañarme como una segunda madre en cada una de las etapas de mi vida.
- A mis amigos: **Ranma Cueva**, son lo máximo no veo mi vida sin personas tan especiales como ustedes.
Ennis Luna, por tus consejos, respaldo y cariño siempre y más cuando he tenido grandes retos en mi vida.
- A mis ángeles guardianes: **Mis abuelos** maternos y paternos, a ti **William** mi hermano espiritual por estar siempre a nuestro lado con tu particular alegría y apoyo desinteresado y seguir presente desde el cielo.

AGRADECIMIENTOS

- A: Mi País de la Eterna Primavera, que me vio nacer.
- A: Mi Gloriosa Universidad de San Carlos de Guatemala grande entre las del mundo por acogerme en sus aulas para formarme profesionalmente.
- A: Mi amada Escuela de Ciencias de la Comunicación por toda la sabiduría impartida durante este tiempo.
- Al: Lic. Luis Pedroza por su valioso apoyo, tiempo, dedicación y amistad al brindarme un ejemplo de vida y sus sabios consejos.
- Al: Lic. Fernando Flores por su confianza y apoyo durante todo el proyecto, su paciencia y asesoría.
- A: Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala S.A., por abrirme sus puertas y brindarme toda la colaboración para llevar el proyecto a cabo.
- Al: Lic. Mark Thoma Gerente General Regional de CTM Guatemala S.A., gracias por el apoyo brindado y permitirme ser parte de su equipo de trabajo.
- A: Licda. Gabriela Lemus y Lic. Marvin Castillo, Muchísimas gracias por toda la ayuda brindada así como por su amistad tan valiosa.

ÍNDICE

RESUMEN	I
INTRODUCCIÓN	III
JUSTIFICACIÓN	IV
CAPÍTULO I	1
1. DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN	1
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	1
1.1.1. Objetivo General	1
1.1.2. Objetivos Específicos:.....	1
1.2 LA INSTITUCIÓN	1
1.2.1. Ubicación Geográfica.....	1
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas	1
1.2.3. Antecedentes	3
1.2.4. Departamentos o dependencias	4
1.2.5. Misión.....	6
1.2.6. Visión	6
1.2.7. Filosofía	6
1.2.8. Política	6
1.2.9. Objetivos Institucionales	7
1.2.10. Público Objetivo de la Compañía de Transporte Marítimo S.A.	7
1.2.11. Organigrama de CTM Guatemala S.A.	7
1.3. METODOLOGÍA.....	8
1.3.1. Descripción del Método.....	8
1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección	8
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico.....	11
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS	12
1.4.1. Encuesta a empleados.....	12
1.4.2. Entrevista a Gerentes (Matriz de Vaciado)	26
1.4.3. Discusión de los Resultados	29
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN	30
1.5.1. F.O.D.A.	30

CAPÍTULO II	31
2. PLAN COMUNICACIONAL	31
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES	31
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	32
2.2.1. Objetivo General	32
2.3 Público Objetivo	32
2.4. MENSAJE	33
2.5. ESTRATEGIAS	33
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN	34
2.6.1. Protocolo de Atención al Cliente Interno-Externo	34
2.6.2. Cartelera Informativa.....	35
2.6.3. Cuadros de Misión, Visión y Filosofía	36
2.6.4 Manual de Personal	37
2.6.5. Charlas-Taller.....	40
CAPÍTULO III	42
3. INFORME DE EJECUCIÓN	42
3.1. PROYECTO DESARROLLADO.....	42
3.1.1. Financiamiento.....	42
3.1.2. Presupuesto invertido	42
3.1.3. Financiamiento.....	42
3.1.4. Beneficiarios	43
3.1.5. Recursos Humanos.....	43
3.1.6. Área Geográfica de Acción	44
3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS.....	44
3.2.1. Protocolo de atención al cliente interno-externo	44
3.2.2. Cartelera informativa.....	47
3.2.3. Cuadros de misión, visión, y filosofía	50
3.2.4. Manual de bienvenida	53
3.2.5. Charla-taller	56
3.3. Cronograma de Actividades Plan de Comunicación	60
3.4. Control y Seguimiento	61
3.5. Check List de Acciones	62

CONCLUSIONES..... 63
RECOMENDACIONES 64
GLOSARIO DE TÉRMINOS..... 65
BIBLIOGRAFÍA..... 71
E-GRAFÍA 72
ANEXOS 73

RESUMEN

Nombre de la Institución: COMPAÑÍA DE TRANSPORTE MARÍTIMO DE GUATEMALA, SOCIEDAD ANÓNIMA.

Nombre del Proyecto: “PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE MARÍTIMO DE GUATEMALA SOCIEDAD ANÓNIMA”

Objetivos del Proyecto:

General: Elaborar un diagnóstico de comunicación interna para la Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima, que permita establecer cuál es la situación actual de sus procesos comunicativos

Específicos:

- *Conocer los canales, flujos y procesos de comunicación interna existentes.
- *Identificar si existen barreras en la comunicación interna.
- *Establecer cuáles son los medios de comunicación aplicados internamente.
- *Determinar las amenazas y fortalezas en el proceso de comunicación interna utilizada.
- *Elaborar un plan de comunicación interna para la mejora de nivel de comunicación.

Sinopsis del Proyecto:

Se realizó un diagnóstico que permitió la elaboración de un plan estratégico de comunicación para fortalecer el clima organizacional interno de la Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala S.A., creando acciones de comunicación que permitieron el fortalecimiento de los canales de comunicación a nivel interno de la institución.

INTRODUCCIÓN

Un proyecto empresarial bien definido incluye que los colaboradores se sientan satisfechos de trabajar en la misma, seguros de sí mismos en el ámbito laboral, para que los mismos se sientan motivados para contribuir de manera proactiva para alcanzar objetivos y metas trazadas, es por eso que es de vital importancia la comunicación interna dentro de la misma, gracias a la comunicación en una empresa se establecen relaciones para el bien común, con una estructura lógica y fácil de comprender utilizando los canales adecuados para la transmisión de los mensajes.

Al no contar con canales adecuados de comunicación suele generar problemas en los procesos y en las acciones provocando respuestas no deseadas y desinformación en la comunicación, es de vital importancia la realización de un diagnóstico de comunicación que servirá para evaluar la efectividad de los sistemas de comunicación y permite estructurar los pasos a seguir para mejorar o implementar nuevas estrategias.

Es por eso que ante la necesidad de mejorar la comunicación interna reflejada después de definir el diagnóstico de comunicación para la Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala S.A., se realiza el presente plan de comunicación interna, con el objetivo de contribuir a desarrollar estrategias comunicacionales adecuadas para el buen funcionamiento de los sistemas de comunicación que a corto y largo plazo serán de gran utilidad para mejorar la comunicación interna repercutiendo directamente en un mejor ambiente laboral.

En un periodo de seis meses a un año de la implementación del plan es necesario realizar evaluaciones con el personal por medio de cuestionarios de evaluación de desempeño de los jefes a los subalternos y viceversa para así definir la eficacia de la implementación del plan a largo plazo y realizar mejoras del mismo de ser necesario.

JUSTIFICACIÓN

Trelles (2001) asegura que la comunicación corporativa se refiere tanto a la realidad de la organización, como de la identidad corporativa interna, definiéndola como una cadena de procesos, mensajes y medios involucrados en la transmisión de información por parte de la organización; refiriéndose así no solo a los mensajes sino al comportamiento y los actos mediante los cuales todas las empresas transmiten la información sobre su identidad, su misión, sus políticas y la forma de actuar con sus clientes.

El presente trabajo tuvo como principal función la elaboración de un plan de comunicación interna para la Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala S.A., identificando las necesidades de comunicación ascendente y descendente entre los colaboradores y los mandos superiores, por medio de un diagnóstico se identificaron los intereses y expectativas que tienen los colaboradores en respecto a la comunicación a nivel interno, con esta información obtenida mediante las entrevistas y encuestas realizadas, se elaboró un plan con el presupuesto necesario para su ejecución.

Molero (2005) indica que “El Plan de Comunicación es el esqueleto, la base que permite practicar una comunicación institucional profesional. Como la comunicación es una labor que aborda multitud de actividades que se dirige a numerosos tipos de públicos y puede tener desde uno hasta múltiples objetivos, es fundamental organizarla y llevarla a la práctica con un marco de referencia claro: el Plan de Comunicación,”

Tomando como premisa que un plan de comunicación es una herramienta útil y necesaria en cualquier empresa se realiza el siguiente plan para lograr un cambio positivo en la comunicación a nivel interno que ayudará al desarrollo del personal.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN

1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1. Objetivo General

Elaborar un diagnóstico de comunicación interna para la Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima, que permita establecer cuál es la situación actual de sus procesos comunicativos.

1.1.2. Objetivos Específicos:

- Conocer los canales, flujos y procesos de comunicación interna existentes
- Identificar si existen barreras en la comunicación interna
- Establecer cuáles son los medios de comunicación aplicados internamente
- Determinar las amenazas y fortalezas en el proceso de comunicación interna utilizada
- Elaborar un plan de comunicación interna para la mejora del nivel de comunicación.

1.2 LA INSTITUCIÓN

Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima.

1.2.1. Ubicación Geográfica

7ª. Avenida 12-23 zona 9 Edificio ETISA 5to. Nivel oficina 5.7

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

Con su casa matriz ubicada en Italia, Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala S.A., sus alianzas fueron diseñadas teniendo en cuenta la flexibilidad de adaptación a las cambiantes necesidades de sus clientes y considerando la Logística a nivel internacional cuenta con 23 sucursales ubicadas en 4 continentes en 22 países del mundo siendo las siguientes:

ITALIA (casa matriz) CTM ITALIA SRL Info@ctmitalia.it www.ctmitalia.it		GUATEMALA CTM GUATEMALA S.A. 7ª. Avenida 12-23 zona 9 Edificio ETISA 5to. Nivel oficina 5.7	
MEXICO MONTERREY COMPañÍA TRANSMARITIMA SA de CV ghernandez@ciatransmaritima.com www.ciatransmaritima.com	DISTRITO FEDERAL COORDINACIÓN DE TRANSPORTE S.A. DE C.V nagibanton@cootrans.com www.cootrans.com	CUBA ANDREA ROMBENCHI gtmandrea@enet.cu	ARGENTINA CTM EVERGREEN Srl comercial@ctmargentina.com www.ctmargentina.com
CHILE CTM CHILE S.A. headoffice@ctmchile.cl www.ctmchile.cl	ESPAÑA CARGO SERVICES, S.A.U m.calcedo@cargoservicesgroup.com www.cargoservicesgroup.com	CHINA PANDA SOUTH AMERICA LTD. cathylu@pandahk.com	HONDURAS SERGOGUA GROUP managerhonduras@sercoqua.com www.sercoqua.com
EL SALVADOR YICHENG LOGISTICS EL SALVADOR, SA DE CV lgarcia.yicheng@gmail.com	COLOMBIA UNION CARGO INTERNACIONAL LTDA gcomercial@unioncargo.net www.unioncargo.net	BRASIL PLANET CARGO TRANSPORTE INTERNACIONAL LTDA. planetcargo@planetcargo.com.br www.planetcargo.com.br	ECUADOR GRUPO ROLASA AIR SEA LOGISTIC S.A eramirez@rolasa.com
PERU CARGO BUSINESS pricing@cargobusiness.com.pr	VENEZUELA SEGADUANCA ASESORES ADUANEROS, C.A. operations2@segaduanca.com	INDIA PASSAGE CARGO nkadri@passagecargo.net	PORTUGAL TOTAL PLAN PORTO- PLANEAMIENTO DE CARGA Y LOGÍSTICA, LDA. comercial@totalplanporto.pt www.totalplanporto.pt
ALEMANIA TOLL GLOBAL FORWARDING stefan.hofmann@tollgroup.com www.tollglobalforwarding.com	TAIWAN KING WELL EXPRESS INC. pauline@king-well.com.tw www.king-well.com.tw	KOREA G LINK EXPRESS LOGISTICS (Korea) LTD. miagoh@glinkkorea.com www.glinkkorea.com	PARAGUAY JAUSER CARGO PARAGUAY Sebastian.rivero@jausercargo.net www.jausercargo.net
URUGUAY JAUSER CARGO LTDA. susana.safir@jausercargo.net www.jausercargo.net	JAPON TONAMI GLOBAL LOGISTIC m-fuwa@tgic.co.jp www.tgic.co.jp	REPUBLICA DOMINICANA LEONSA leonsa@codetel.net.do	

Fuente: CTM Guatemala S.A. 2017

1.2.3. Antecedentes

Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima o CTM Guatemala, S.A., situada en la Ciudad de Guatemala (Centro América), es una sociedad de logística dedicada desde 1995 al transporte internacional de carga en lo que corresponde importación y exportación hacia y desde cualquier parte del mundo, siendo parte de CTM TEAM WORLD WIDE el cual permite ofrecer un servicio logístico con cobertura global tiene su casa matriz en Stagno Livorno, Italia.

Es un operador logístico de transporte internacional, con base en ciudad Guatemala, la casa matriz se encuentra en Livorno, Italia fundada en 1982. Ha logrado una excelente reputación tanto en Italia y Guatemala como en el extranjero por ser una compañía líder en servicios marítimos y aéreos, con una red de oficinas propias en el mundo y agentes altamente calificados.

Con una experiencia de más de 20 años de ser un operador logístico que ofrece servicios integrales de alcance global de primera calidad.

Cada Servicio es proporcionado en colaboración con una intensa red de agentes calificados respondiendo a las necesidades del cliente para asegurar un transporte cuidadoso desde el punto de origen hasta el destino final, ya sea en transporte consolidado (LCL), contenedor completo (FCL), envío aéreo o transporte terrestre.

Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima se esfuerza constantemente en mejorar sus servicios con el propósito de ofrecer una excelente atención al cliente, personalizando el servicio con eficiencia, en el trabajo diario efectuado siempre con profesionalismo, lealtad y seriedad.

Ofreciendo soluciones integrales con la debida asesoría técnica garantizando la seguridad y efectividad del transporte eligiendo la compañía de navegación o línea aérea que mejor satisfaga las exigencias del cliente en los términos de salidas, tiempos de tránsito y costos.

Por cada trabajo asignado, empezando con el retiro de la mercadería, formalidades aduanales, la compilación de toda la documentación necesaria para el embarque y la mejor oferta de flete para carga general, mercadería Imo-Adr y hasta cargas excepcionales, el servicio empieza con una oferta transparente y completa en cada uno de los aspectos, terminando con la entrega de la carga en destino con la plena satisfacción del cliente, ofreciendo pólizas de seguro contra todo riesgo puerta a puerta con primas competitivas en comparación con el mercado actual, amparado en una extensa red de Agencias.

Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima, presta los siguientes servicios:

- Logística Internacional
- Fletes Marítimos
- Fletes Aéreos
- Fletes Terrestres
- Consolidación de Carga
- Desconsolidación de Carga
- Importaciones Marítimas y Aéreas
- Exportaciones Marítimas y Aéreas
- Manejo de Carga Consolidada Marítimas y Aéreas
- Manejo de Carga con Sobre Dimensión
- Manejo de Contenedores Completos

1.2.4. Departamentos o dependencias

1.2.4.1. Gerencia General

Es el jefe de familia que tuvo la visión de formar la empresa en el país es el que da la última palabra en la toma de decisiones

1.2.4.2. Secretaria / Recepción - Atención al Cliente

Su responsabilidad es la atención al cliente y al personal de la empresa recibir, transmitir llamadas y hacer todo el trabajo secretarial así como auxiliar a la gerencia general.

1.2.4.3. Gerencia de Operaciones

Es el encargado de que cada departamento cumpla con sus atribuciones, teniendo reuniones con los gerentes de los diferentes departamentos para el correcto alcance de metas.

1.2.4.4. Departamento Financiero

Es el encargado de supervisar y llevar el control de las finanzas y le hace saber a la gerencia general los estados económicos de la empresa, también es el encargado de llevar el control de cobros, pago a proveedores y de comisiones a la gerencia de ventas.

1.2.4.5. Mantenimiento

Es el departamento auxiliar encargado de proporcionar el servicio de limpieza de toda la empresa y hacer las solicitudes para las reparaciones de la infraestructura y mobiliario que sea necesario.

1.2.4.6. Mensajería

Los servicios brindados por este departamento es transportar los paquetes y documentos para apoyar los requerimientos de la institución para el buen funcionamiento de sus procesos.

1.2.4.7. Gerencia de Importaciones

Gestiona la importación de mercancías procedentes de otros países, organizando el transporte y garantizando que los artículos sean enviados de la manera más eficaz.

1.2.4.8. Aduana

Es el encargado de comunicar eficazmente con sus clientes, aduanas y empresas de transporte para asegurar que las mercancías lleguen de forma oportuna y en buenas condiciones físicas de acuerdo a lo pactado con los clientes.

1.2.5. Misión

Brindar soluciones innovadoras de transporte y logística enfocadas en las necesidades de nuestros clientes, apoyándolos en el crecimiento de su empresa durante el proceso, actuando con responsabilidad y ética hacia ellos, socios y proveedores en todo el mundo.

1.2.6. Visión

Ser la red de servicios de transporte y logística que ofrece la mejor conexión entre proveedores, intermediarios y compradores, en el mejor tiempo de tránsito, contribuyendo al mejoramiento continuo de todos los involucrados.

1.2.7. Filosofía

Como proveedor de servicios de logística el personal está comprometido con un objetivo, encontrar la mejor solución de transporte para que su carga llegue a destino de manera segura y a tiempo, sólo de esta manera seremos capaces de establecer los estándares de calidad y servicio alcanzando la meta fijada.

1.2.8. Política

Los mejores servicios en las operaciones comerciales de la IMPORTACIÓN y EXPORTACIÓN, cuyo objetivo es hacer que la proveeduría en una cadena de suministros, sea eficiente, rentable, oportuna, al mejor costo-servicio-beneficio y sin importar la naturaleza del cargamento, su complejidad y su ubicación; a través del más adecuado transporte internacional. Sus modalidades de operación, van más allá de un simple Flete o Transporte, y se dividen en:

- Importaciones Marítimas y Aéreas (Europa, Asia Norte, Centro y Sudamérica)
- Exportaciones Marítimas y Aéreas

- Despachos aduanales
- Almacenaje y distribución
- Manejo de contenedores completos, carga consolidada y break bulk

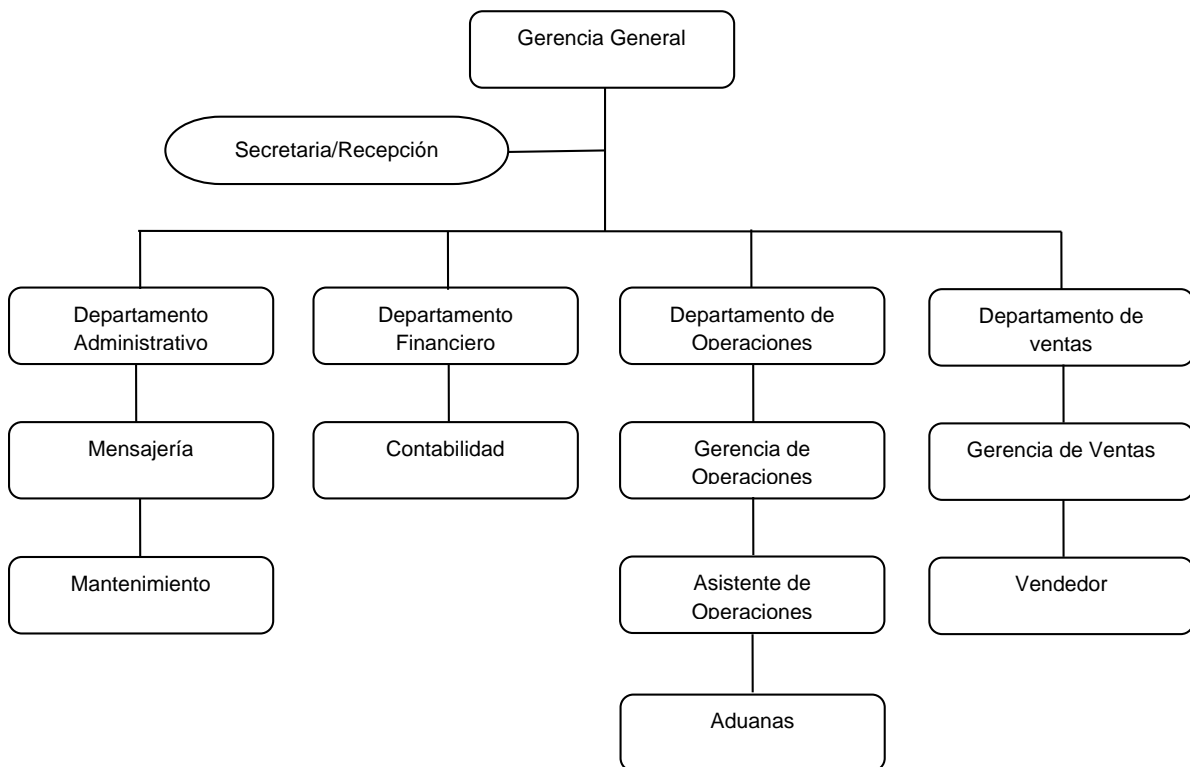
1.2.9. Objetivos Institucionales

Ofrecerles a nuestros clientes la combinación de todos los servicios de transporte de carga y logística que se acomode a todas sus necesidades por medio de nuestros servicios combinados de alcance global de primera calidad.

1.2.10. Público Objetivo de la Compañía de Transporte Marítimo S.A.

Grandes, medianas y pequeñas Empresas a nivel nacional que necesiten la logística de mercancía alrededor del mundo.

1.2.11. Organigrama de CTM Guatemala S.A.



Fuente: CTM Guatemala S.A. 2017

1.3. METODOLOGÍA

1.3.1. Descripción del Método

Sampieri (2003), define el modelo mixto como el más alto grado de integración entre los enfoques cuantitativo y cualitativo. “Ambos llegan a mezclarse y a incluirse en un mismo estudio, lo cual, lejos de empobrecer la investigación, la enriquece; son visiones complementarias”.

El enfoque cuantitativo cualitativo se entremezcla en casi todas las etapas del el proceso de investigación brindándole complejidad al diseño del estudio, oscilando entre los esquemas del pensamiento deductivo e inductivo creando un vínculo alto entre ambos métodos para la interpretación de los datos.

Según Sampieri (2003), “la investigación cualitativa da profundidad a los datos, la dispersión, la riqueza interpretativa, la contextualización del ambiente o entorno, los detalles y las experiencias únicas”. Por otro lado “la investigación cuantitativa nos ofrece la posibilidad de generar resultados más ampliamente, nos otorga control sobre los fenómenos y un punto de vista de conteo y magnitudes de estos”. Por ello la mezcla de los dos modelos potencia el desarrollo de del conocimiento, la construcción de teorías y la resolución de problemas.

1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección

En el presente diagnóstico se aplicaron dos tipos de instrumentos o técnicas que validan y respaldan los resultados que arroja el presente trabajo.

El primer instrumento a utilizar es la encuesta ella establece las necesidades de conocimiento y participación de los empleados aplicada la misma a todos los integrantes de la empresa.

Según Elías (2000), “la encuesta es el conjunto de preguntas especialmente diseñadas y pensadas para ser dirigidas a una muestra de población, que se considera por determinadas circunstancias funcionales al trabajo, representativa de esa población, con el objetivo de conocer la opinión de la gente sobre determinadas cuestiones corrientes y para conocer algún hecho específico que sucede en una comunidad determinada y que despierta especial atención entre la opinión pública”.

La herramienta se realiza con el fin de tener un panorama cuantificable y calificable por parte de los empleados sobre el conocimiento que tienen de la empresa, está se aplica a los empleados de Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima, en cuestionario de preguntas abiertas, cerradas y de selección múltiple.

El segundo instrumento es una entrevista estructurada, eligiendo este para obtener información de las Gerencias, debido a la importancia que cada uno de estos profesionales desempeñan dentro de la empresa, para así conocer las estrategias de comunicación que llevan a cabo para fomentar el clima organizacional dentro de la misma.

Según Lawner (1999), “la entrevista se establece siempre entre dos o más personas (aunque en la mayoría de los casos es suficiente la presencia de dos): alguien que cumple el rol de entrevistador o formulador de preguntas y alguien que cumple el rol de entrevistado o aquel que responde las preguntas. A diferencia de otras formas de comunicación en las cuales la interacción y las preguntas pueden ser formuladas por las diversas partes que componen el acto comunicativo, en la entrevista las preguntas son siempre hechas por una persona y respondidas por la otra. De este modo, el diálogo se vuelve dinámico pero estructurado y formal”

Las entrevistas realizadas están enfocadas a las gerencias que se encargan de la creación de las estrategias de comunicación entre sus departamentos, las mismas fueron realizadas personalmente, con preguntas directas con el fin de obtener información que respalde la importancia y los beneficios del mejoramiento del clima organizacional de la empresa por medio de la elaboración de una estrategia de comunicación.

Como lo indica Rojas (2006), “La entrevista estructurada o dirigida se emplea cuando no existe suficiente material informativo sobre ciertos aspectos que interesa investigar, o cuando la información no puede conseguirse a través de otras técnicas.

Para realizar la entrevista estructurada es necesario contar con una guía de entrevista. Ésta puede contener preguntas abiertas o temas a tratar, los cuales se derivan de los indicadores que deseen explorarse”.

1.3.3. Cronograma del Diagnóstico

Actividad Programada	ENERO				FEBRERO				
	1	2	3	4	1	2	3	4	5
Primer contacto con Gerente de Importaciones									
Solicitud de firma en pre-carta de solicitud de practicas									
Presentar carta de la Universidad de solicitud de practicas									
Visita para recolección de Antecedentes de la empresa									
Visita para toma de fotografías de la empresa									
1ra revisión de diagnóstico por asesor									
2da revisión de diagnóstico por asesor									
Reunión con Gerencias para entrevistas									
Reunión con personal para encuestar									
Vaciado de entrevistas y encuestas									
Construcción del informe diagnóstico									
3ra revisión del diagnóstico por asesor									
Entrega del Informe del diagnóstico									

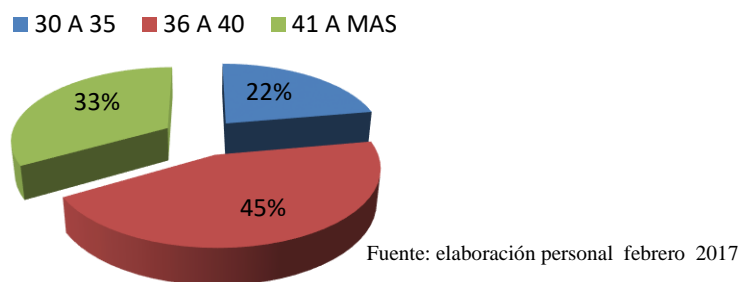
Fuente: elaboración personal febrero 2017

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

1.4.1. Encuesta a empleados

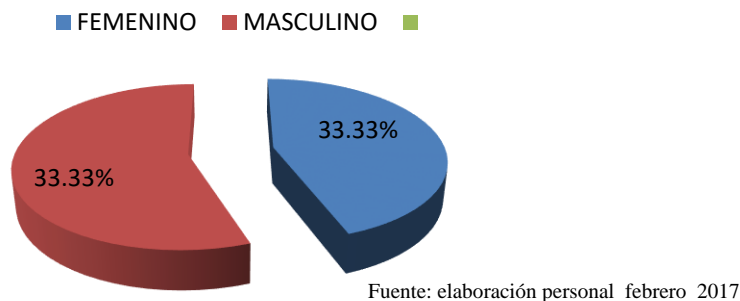
Posteriormente a realizar las encuestas con 9 trabajadores de distintos departamentos de la Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima se presentan los resultados obtenidos con una breve interpretación de los mismos.

Pregunta No.1. Edad



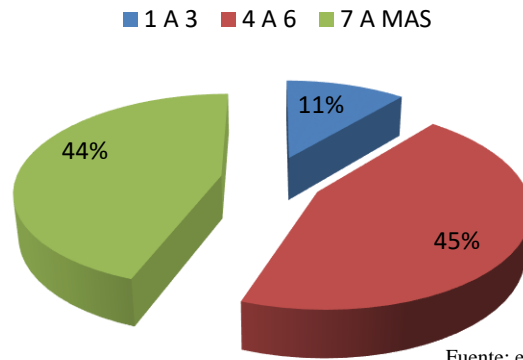
A la encuesta realizada respondieron nueve trabajadores entre los rangos de 30 a 35 años 2 personas, entre 36 a 40 años 4 personas y de 41 a más 3 personas, todos trabajadores de la empresa Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima pertenecientes a los diferentes departamentos existentes en la institución.

Pregunta No.2. Sexo



A la encuesta realizada respondieron 4 empleados del sexo femenino que corresponde al 33.33% del personal y 5 empleados del sexo masculino que representa al 33.33% del personal total de la Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima.

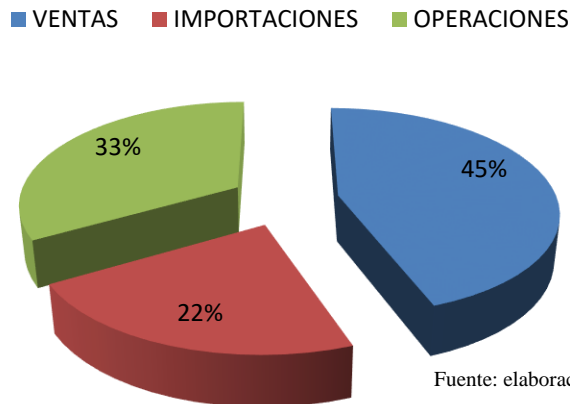
Pregunta No.3. Años de laborar en la Unidad



Fuente: elaboración personal febrero 2017

De la totalidad de trabajadores encuestados 1 tiene de 1 a 3 años de pertenecer a la empresa lo cual refleja el 11% del personal, 4 tienen de 4 a 6 años de pertenecer a la empresa siendo el 45% del personal y 4 empleados tienen de 7 a más años de pertenecer a la empresa lo que refleja el 44% restante del personal de la Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima.

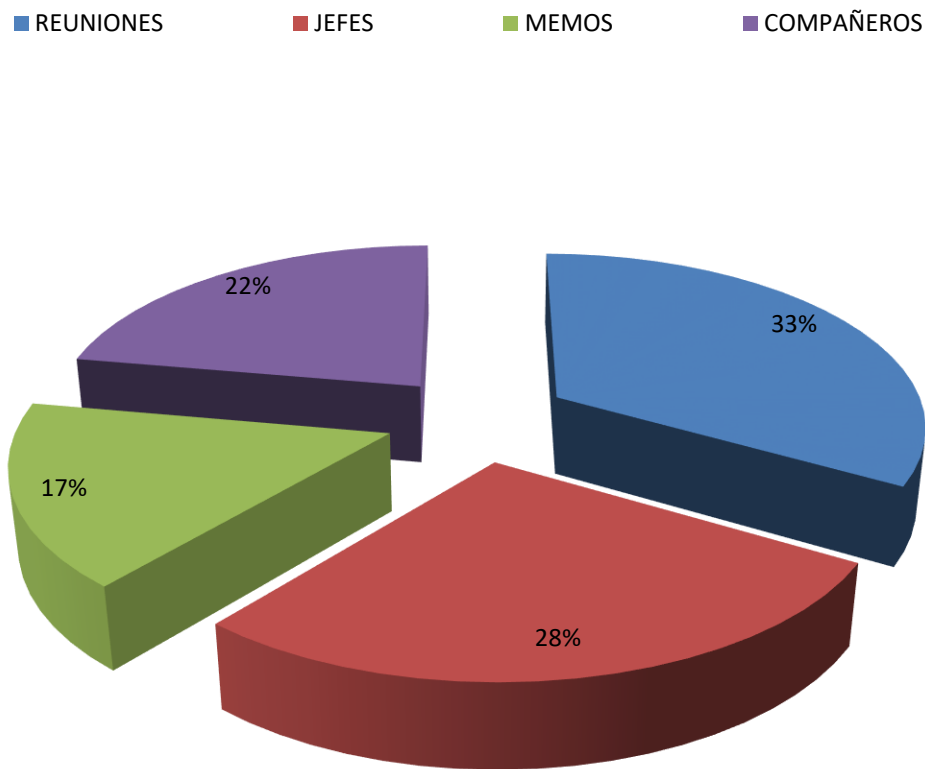
Pregunta No.4. Departamento en el que labora



Fuente: elaboración personal febrero 2017

De las tres gerencias en la cual se encuentra dividida la Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima 4 trabajadores pertenecen al área de ventas siendo el 45% del total de empleados, 2 son de la unidad de importaciones que representa el 22% del total de empleados y 3 son de la unidad de operaciones representando el 33% del total de empleados de la empresa.

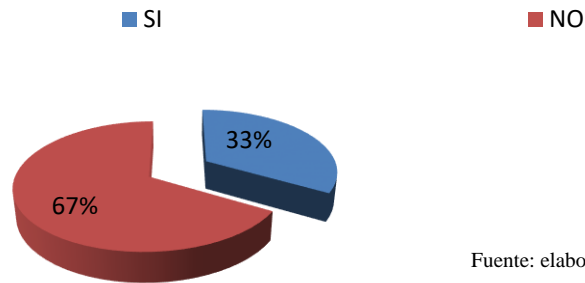
Pregunta No.5. ¿Qué herramientas de comunicación utilizan en la institución?



Según señalaron los trabajadores encuestados, las herramientas más utilizadas para trasladar información en la empresa son las reuniones de personal con un 33%, el traslado directo de información a través de los jefes con un 28%, le siguen con un 22% la información que circula entre los compañeros y con un 17% de utilización los memos internos de información, reflejando una amenaza al haber información que se puede trasladar de manera inexacta por medio de los rumores y los compañeros debilitando así la comunicación interna entre los departamentos y en la comunicación descendente.

“La comunicación toma múltiples formas, pueden reducirse, sin embargo, a lo que diga la gente acerca de ellos, su importancia y sus problemas; otros y sus problemas; las prácticas de la organización y lo que necesita hacer y lo que puede hacerse”. (Katz y Kahn 1978)

Pregunta No.6. ¿Considera que estas formas de comunicación son efectivas?

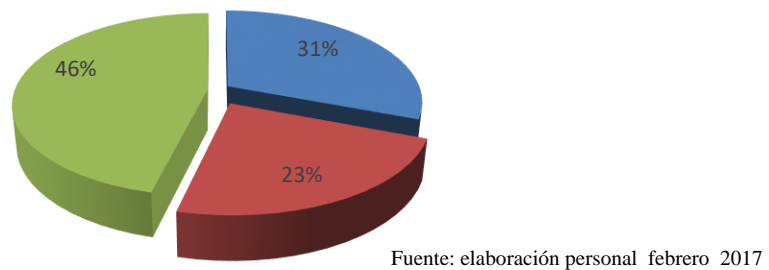


De la totalidad de empleados encuestados el 67% considera poco efectivos los canales de comunicación utilizados en la actualidad en la empresa, mientras el 33% afirma que si son los canales correctos para trasladar información.

Según Ávila (1977) “Los problemas de comunicación suelen ser síntomas de problemas más profundos, Las barreras a la comunicación pueden estar presentes en el emisor, la transmisión del mensaje, el receptor o la retroalimentación de mismo.”

Pregunta No.6.1. ¿Por qué?

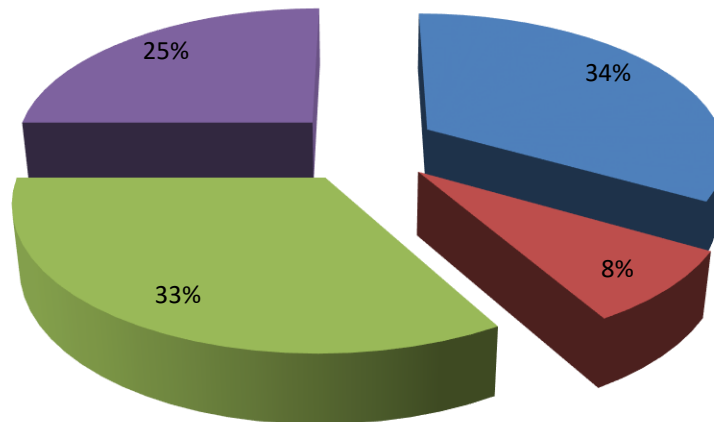
- FALTA COMUNICACIÓN CLARA
- HAY AREAS QUE NO SE CUBREN
- NO LLEGA AL MISMO TIEMPO LA INFORMACION



Por lo anterior y para ampliar la respuesta con el objetivo de obtener mayor información se preguntó porque consideran que estas formas no son las correctas y un 46% de los empleados contestaron que es porque la información no llega al mismo tiempo a todo el personal, un 31% indica que falta comunicación clara al momento de trasladar la información y 23% afirma que hay áreas en las cuales la información ni siquiera llega.

Pregunta No.7. ¿Cuáles considera que son las fortalezas en la comunicación que actualmente se utiliza en la institución?

■ TRABAJO EN EQUIPO ■ MENSAJES CORTOS Y CLAROS ■ BUENA ACTITUD ■ NINGUNA



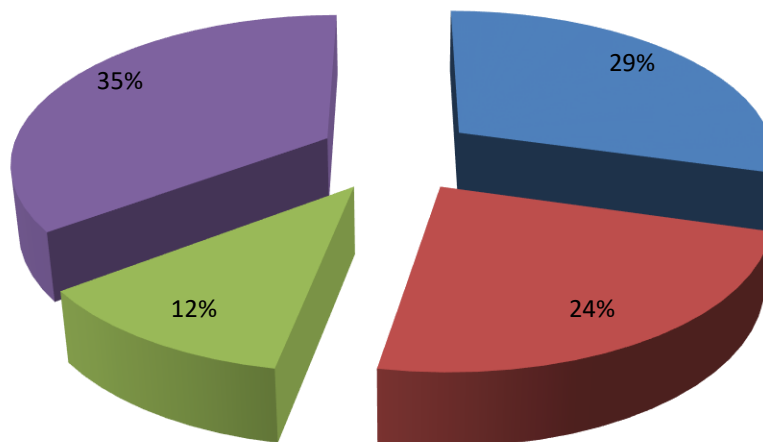
Fuente: elaboración personal febrero 2017

En proporciones, 33% indica que una de las fortalezas de la institución es la buena actitud del personal ante las diferentes situaciones, un 34% afirma que es el trabajo en equipo, mientras que un 8% plantea que una de las fortalezas es cuando trasladan mensajes cortos y claros por el hecho de ser más fáciles de comprender, siendo esa buena actitud y disponibilidad que poseen los empleados un pilar importante para la implementación de formas más efectivas de comunicación a nivel interno.

El presente ítem despeja una situación a tomar en cuenta en el diagnóstico y es que el 25% de los trabajadores opina que no hay fortalezas definidas en la institución, ya sea por falta de interés en profundizar con sus tareas diarias o por falta de una capacitación que les permita ver lo bueno que tienen la institución y las cosas por mejorar para volverlas oportunidades en el día a día, por lo que debe ser un eje a trabajar en el plan de comunicación, porque las fortalezas identifican las actuaciones y determinan el éxito de la institución.

Pregunta No.8. ¿Qué debilidades considera existen en la comunicación interna de la institución?

- INFORMACION INEXACTA
- POCA INFORMACION
- NO SE UTILIZA LA LINEA JERARQUICA
- INTERVIENEN DEMASIADAS PERSONAS

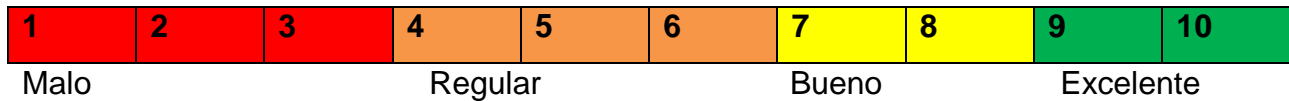


Fuente: elaboración personal febrero 2017

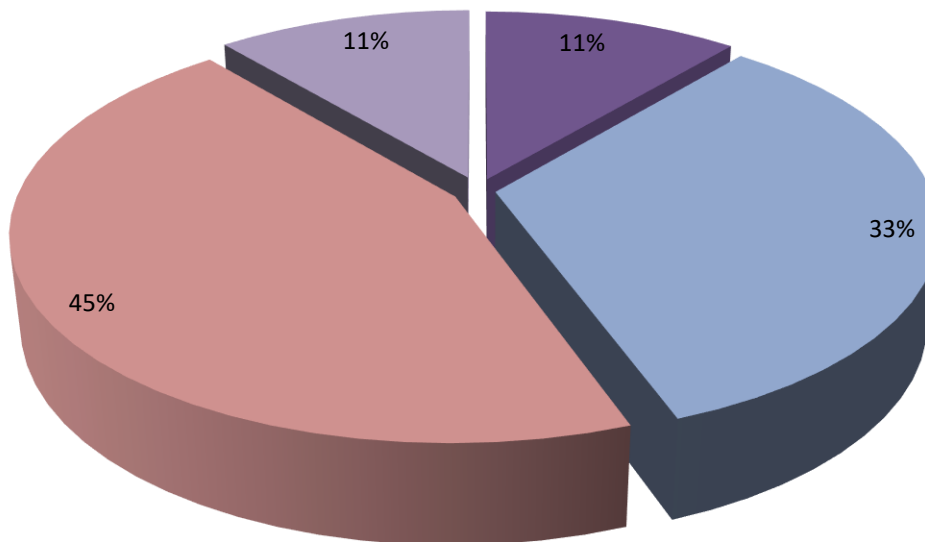
Al indagar sobre la opinión de los empleados respecto a las debilidades de la institución los mismos afirmaron en un 35% que en el proceso de trasladar alguna información a nivel interno intervienen demasiadas personas en el mismo, el 29% cree que la información se traslada de manera inexacta como consecuencia de las muchas personas que intervienen en éste, el 24% indica que hay poca información ya que trasladan solo datos básicos no la información completa, finalmente el 12% de los empleados encuestados opinaron que no se trabaja en línea jerárquica el traslado de información y en consecuencia se fortalece el rumor en el traslado por lo que la comunicación descendente es un pilar a trabajar en un plan para el mejoramiento de la comunicación.

De acuerdo a la necesidad de valorar la comunicación entre compañeros y superiores se utiliza en las siguientes dos preguntas la escala de Likert, que según Briones (1995), permite evaluar la actitud hacia una conducta determinada.

Pregunta No.9. ¿Qué calificación le daría a la comunicación que existe con sus compañeros?



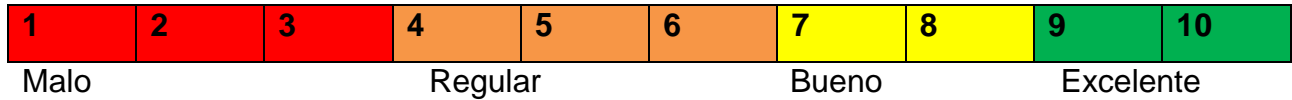
■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ 6 ■ 7 ■ 8 ■ 9 ■ 10



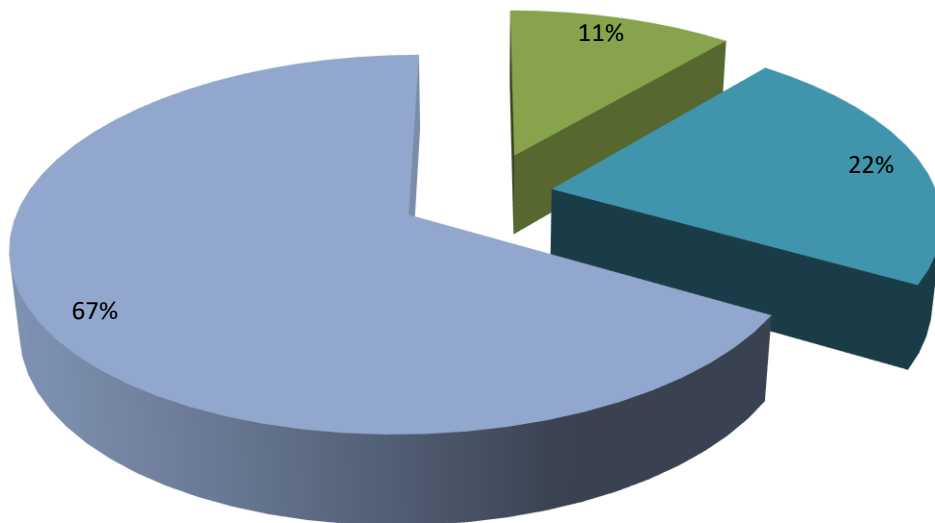
Fuente: elaboración personal febrero 2017

Un 11% considera que la comunicación con los compañeros es excelente, mientras la mayoría de los trabajadores el 78% la considera buena este porcentaje es tomado de la suma de la serie 7 y 8 ya que al usar la escala de Likert estos numerales quedan en la valoración de bueno; y solo un 11% la enmarca como regular. Se puede ver que a pesar de las fallas en la comunicación interna que se han podido descubrir que la relación entre los compañeros es buena ya que la valoración mala no fue tomada en cuenta por parte de los colaboradores y esta es una fortaleza del recurso humano que se debe de aprovechar para el reforzamiento de la comunicación interna global en la institución.

Pregunta No.10. ¿Cómo calificaría la comunicación con sus superiores?



■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ 6 ■ 7 ■ 8 ■ 9 ■ 10

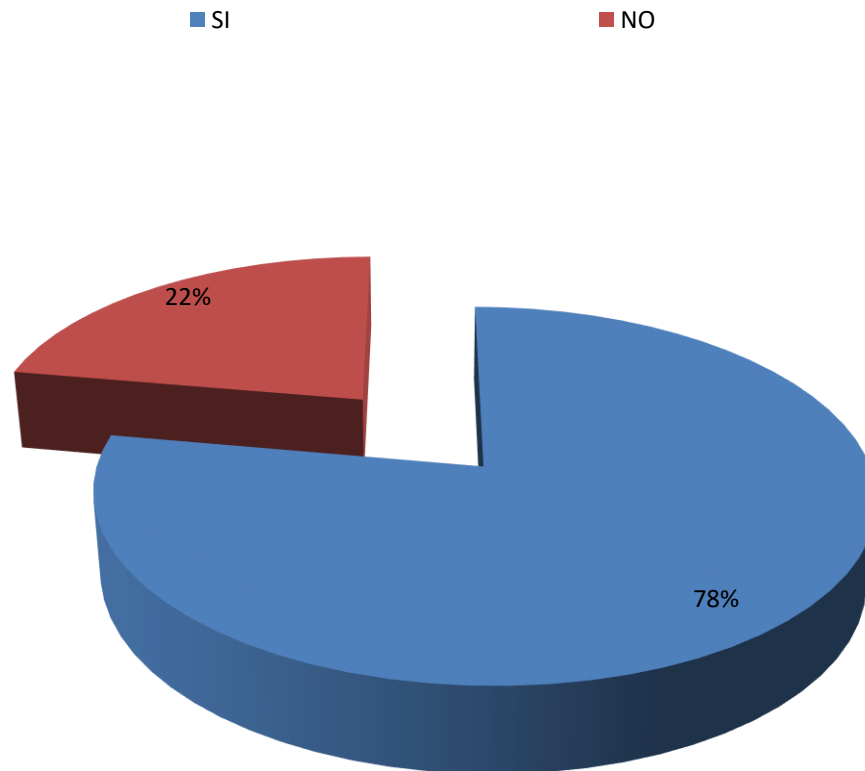


Fuente: elaboración personal febrero 2017

Con respecto a la comunicación con los altos mandos el personal de la Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima la califica como buena con un 67%, un 22% indica que es regular mientras solo el 11% afirma que es mala la comunicación con sus superiores.

Esto refleja que a pesar de las fallas en la comunicación jerárquica descendente los colaboradores encuentran amigable la relación con los mandos superiores por lo que es un pilar que se debe aprovechar ya que existe una imagen de accesibilidad de los mismos hacia ellos, y tratar de eliminar la brecha del 11% que afirma que la comunicación con los superiores es mala reforzando la misma con el plan de comunicación interna.

Pregunta No.11. ¿Considera que su superior estaría dispuesto a recibir alguna sugerencia de los subalternos?

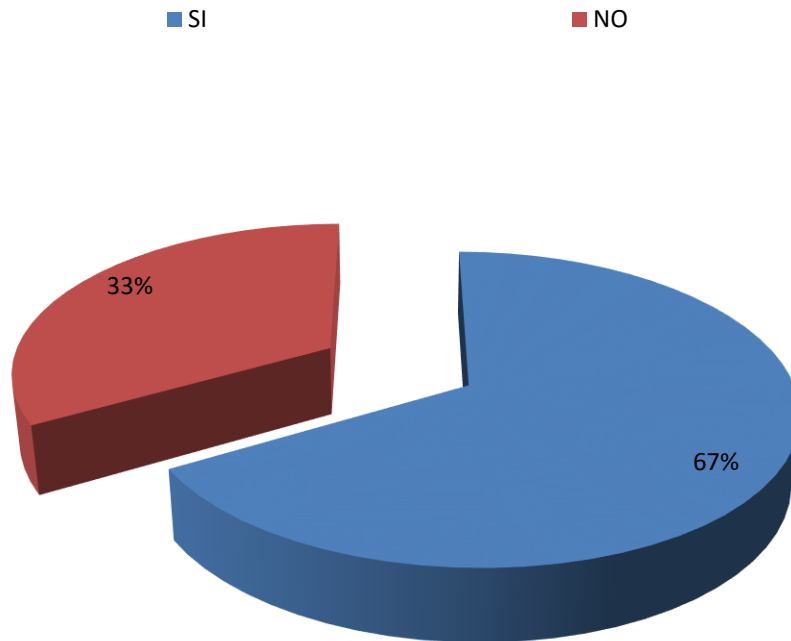


Fuente: elaboración personal febrero 2017

El 78% del personal encuestado afirma que sus superiores se encuentran abiertos a la posibilidad de recibir sugerencias en los procesos de comunicación de parte de sus subalternos y un 22% cree que no las recibirían. Todo jefe para lograr relaciones humanas productivas debe optar una actitud positiva y crear un ambiente de confianza siendo la apertura al diálogo una fortaleza que aprovechar por parte de los mandos superiores.

El resultado de este ítem refuerza los resultados reflejados en el ítem anterior indicando que hay una imagen de cordialidad y accesibilidad de los mandos superiores hacia las opiniones de los empleados para el mejoramiento del proceso de comunicación así como para la mejora de otros procesos que optimicen sus labores.

Pregunta No.12. ¿Se cumple con una línea de jerarquía al momento de trasladar alguna información dentro de la institución?

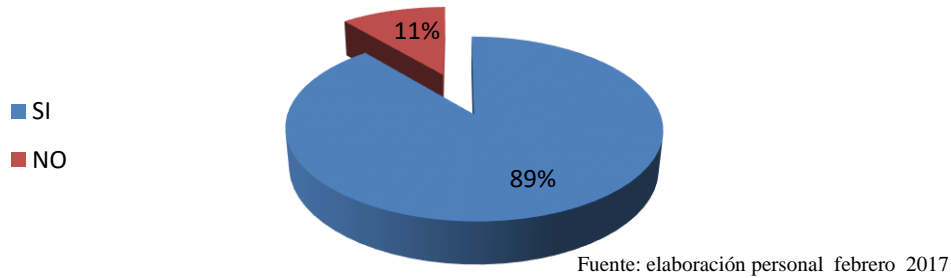


Fuente: elaboración personal febrero 2017

Indica Chiavenato (2000), “Las jerarquías definen las funciones, las responsabilidades y la división del trabajo, además aumentan la eficiencia del mismo”. Según los empleados encuestados de la institución se cumple en un 67% con la línea jerárquica al momento de trasladar la información y solo un 33% considera que no se cumple.

Tomando en cuenta lo sugerido por Chiavenato hay que disminuir la brecha del 33% de error que existe en el traslado de la información a través de la línea jerárquica fortaleciendo dicho proceso descendente en el plan de comunicación interna.

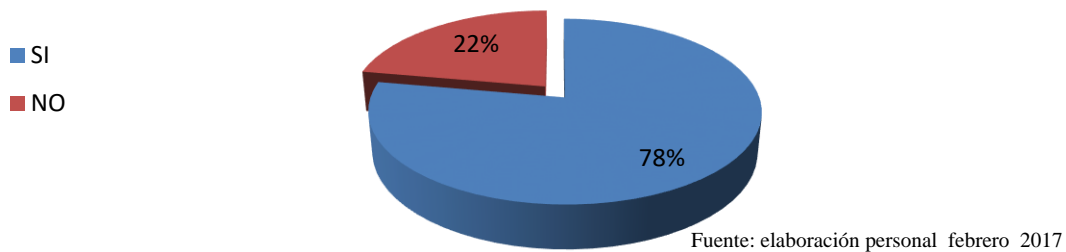
Pregunta No.13. ¿Conoce la misión, visión y filosofía de la institución?



De los empleados de la Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima el 89% de los encuestados conoce la misión, visión y filosofía de la institución, el 11% restante admite no conocerlas porque no se las proporcionaron al ingresar. Lo cual es una fortaleza ya que crea identidad con la institución.

Dice Zuñiga (1992), “La importancia de establecer Visión, Misión, Objetivos, Metas y Políticas, tanto a nivel institucional como personal, propicia que se obtengan elementos sistémicos que marquen el rumbo adecuado a seguir, logrando con esto directrices sanas y congruentes entre lo que se hace y se dice.”

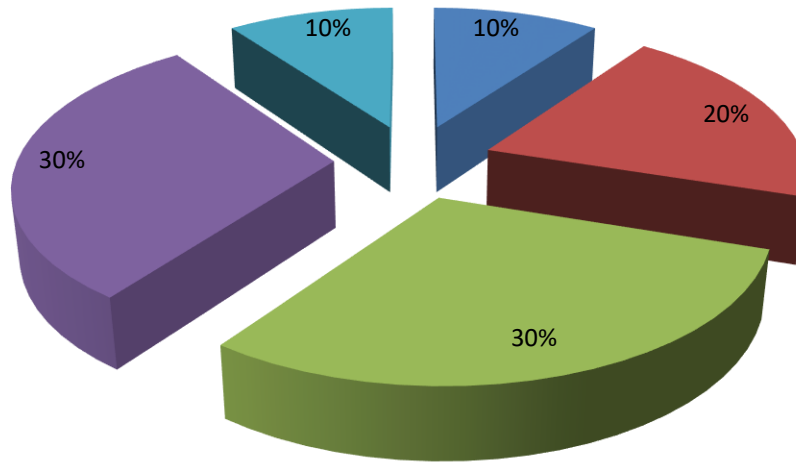
Pregunta No.14. ¿Se siente parte fundamental de la institución?



El 78% de los empleados de la Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima se siente parte fundamental en el proceso del logro de objetivos y metas de la institución, mientras que un 22% dice no sentirse parte importante de la empresa.

Pregunta No.15. ¿Cómo se entera de las actividades que realiza la institución?

■ RUMORES ■ JEFES ■ COMPAÑEROS ■ REUNIONES ■ AL EFECTUARSE

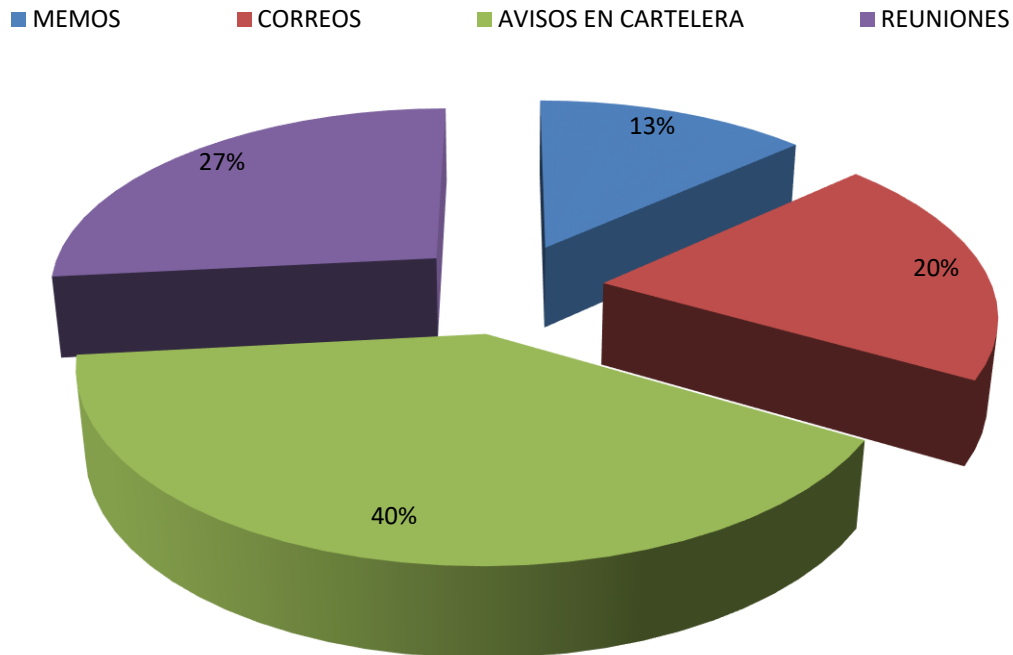


Fuente: elaboración personal febrero 2017

El 30% de los empleados se entera de las actividades que se realizan por medio de reuniones llevadas a cabo, el 30% se entera por los compañeros que se encargan de trasladar la información al comentar sobre las reuniones, el 20% se entera por la información trasladada por los jefes, un 10% afirma que se entera de las actividades por medio del rumor que se genera en los espacios sociales de la oficina y el 10% restante indica que se entera de las actividades cuando se efectúan las mismas.

De acuerdo a lo reflejado en los resultados del presente ítem la mayoría de los empleados se entera de la actividades por medio de información secundaria como lo es el rumor y la comunicación por los compañeros que no se está diciendo que sea mala pero es un canal de que provoca muchas barreras en la comunicación y este ruido se refleja en los ítems 7 y 8 del presente instrumento en el cual se despeja que la mayoría de la información no se traslada de manera completa y exacta en varias ocasiones, lo que provoca pequeños errores en los procesos.

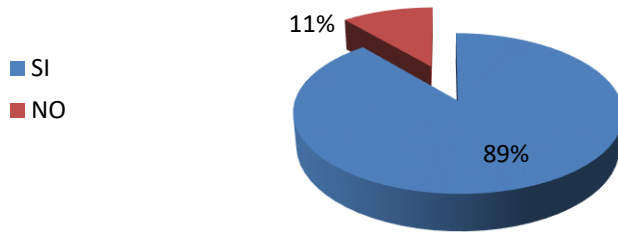
Pregunta No.16. ¿Cómo le gustaría enterarse de la información y actividades de la institución?



Fuente: elaboración personal febrero 2017

Los empleados participantes de esta encuesta indican que les gustaría enterarse de las actividades realizadas y tener información en un 40% por medio de una cartelera de avisos por tener de ese modo información rápida de lo que está ocurriendo o va a ocurrir en la institución, un 27% indica que le gustaría enterarse por reuniones realizadas con mayor frecuencia y con información clara, mientras que un 20% asegura que los correos electrónicos es un buen método para enterarse de la información y actividades; y el 13% restante afirma que por medio de memos sería un método por el cual les gustaría recibir la información interna de la institución.

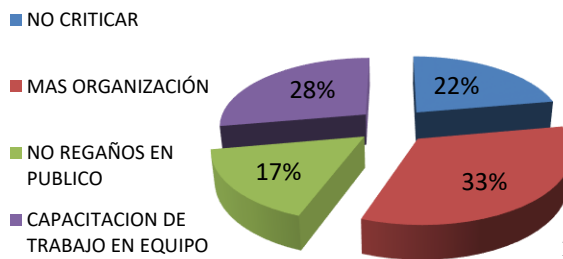
Pregunta No.17. ¿Recibió algún tipo de inducción al iniciar su compromiso laboral con la institución?



Fuente: elaboración personal febrero 2017

El 89% del personal de Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima afirma haber recibido algún tipo de inducción que le proporcionara información básica de la institución al momento de comenzar su relación laboral con la misma; y el 11% restantes indican no haber recibido ninguna capacitación que les proporcionara los objetivos y metas de la institución al iniciar a laborar en la misma.

Pregunta No.18. Algún comentario que considere importante que puede aportar una mejoría en la comunicación a nivel interno de la institución.



Fuente: elaboración personal febrero 2017

Como parte de las sugerencias dadas por los empleados encuestados para mejorar la comunicación a nivel interno en la institución es que el 33% de los participantes indican que debería haber más organización al momento de trasladar la información a los subalternos, el 28% indica que debería existir mayor capacitación de trabajo en equipo así como especialización en su área, el 22% afirma que dejar de criticar a la empresa y comenzar a apoyar los procesos de comunicación de la misma sería de mucha ayuda, porque ayudaría a avanzar en los pequeños errores que se cometen actualmente; y el 17% restante cree que a pesar de la carga de trabajo, el estrés y del poco tiempo con el que cuentan para coordinar las conexiones a nivel mundial con evitar los regaños en público de parte de los altos mandos evitarían muchos problemas en la comunicación interna de la institución.

1.4.2. Entrevista a Gerentes (Matriz de Vaciado)

Entrevistado	p.1.	p.2.	p.3.
Sujeto: Lic. Mark Thoma Unidad: Gerencia General. Puesto: Gerente General (Dueño).	1. Utiliza reuniones con los gerentes de unidad para trasladar información. 2. Utiliza Memos 3. Utiliza Correos electrónicos.	1. Se traslada la información directamente a los gerentes y esos a sus subalternos. 2. Son funcionales pero no al 100%.	1. Comunicación descendente.
Sujeto: Lic. Marvin Castillo. Unidad: Gerencia de Importaciones. Puesto: Gerente de Importaciones.	1. De mando superior a mandos medios y después a subalternos. 2. en ocasiones funciona con los empleados. 3. Memos 4. Correos electrónicos.	1. Reuniones con el Gerente General. 2. Reuniones entre los mandos medios. 3. traslado de la información a los empleados por medio de reuniones, correos electrónicos o memos. 4. Apoyo de traslado de información entre empleados.	1. Comunicación descendente. 2. Comunicación ascendente con bastante dificultad por falta de confianza al dar a conocer sus opiniones a los superiores por parte de los empleados.
Fuente: elaboración personal febrero 2017	Ellos coinciden con que las estrategias de comunicación interna que utilizan son reuniones de la gerencia general con los gerentes de departamentos y posterior a ello el traslado de la información a los subalternos a través de memos y correos electrónicos.	Indican que utilizan el traslado de la comunicación de forma descendente aunque no es el 100% funcional porque tienen que apoyarse en el traslado de la comunicación entre compañeros en ocasiones.	Coinciden que se utiliza la comunicación descendente. El Lic. Castillo agrega que la comunicación ascendente presenta dificultad por falta de confianza de dar a conocer sus opiniones de parte de los empleados.

Entrevistado	p.4.	p.5.
Sujeto: Lic. Mark Thoma. Unidad: Gerencia General. Puesto: Gerente General (Dueño).	1. Celebración mensual de cumpleaños. 2. Capacitaciones en procesos laborales.	Se quisieran realizar: 1. Actividades familiares fuera de la oficina. 2. Capacitaciones de crecimiento personal.
Sujeto: Lic. Marvin Castillo. Unidad: Gerencia de Importaciones. Puesto: Gerente de Importaciones.	1. Las que realiza la gerencia general. 2. Festejo mensual de cumpleaños. 3. Capacitaciones de trabajo.	1. Fomentar una cultura de comunicación que fomente la integración del personal y creen en ellos identidad con la empresa.
Fuente: elaboración personal febrero 2017	Indican que se realizan actividades de capacitaciones laborales y únicamente realizan la celebración mensual de cumpleaños.	Ambos coinciden en que es necesario crear una cultura de comunicación en la empresa para lograr identidad en los empleados y a su vez el Lic. Thoma desea realizar actividades de cohesión grupales fuera de la oficina en las cuales se pueda tener participación con la familia y actividades de crecimiento personal que ayuden al desarrollo integral de los empleados.

Al aplicarse a los mandos superiores una entrevista del tipo estructurado, se obtuvieron datos relevantes descritos a continuación.

* Los entrevistados indicaron que muchas veces el personal tiene desconfianza por preguntarle a sus superiores los planes de la empresa, indicando que puede ser por miedo o por falta de interés a los mismos.

* Indican que las estrategias utilizadas en el traslado de la comunicación a nivel interno de la empresa son funcionales aunque no al 100% que estas pueden mejorar ya que los canales utilizados en la actualidad tienen muchas brechas porque en ocasiones la información ya no llega de manera exacta a todos los empleados jugando a un modo de teléfono descompuesto que no es muy profesional a la altura que se encuentra la institución en el mercado.

* Afirman que los métodos más utilizados para trasladar la información a sus empleados es por medio de ellos mismos como jefes después de una reunión con la Gerencia General, cada gerente de departamento junta a su personal y le traslada la información discutida con Mark, con la desventaja de este método es que en muchas ocasiones por el tipo de actividad que realizan como es el comercio no todos los empleados se encuentran en las reuniones y estos pues ya se enteran por medio de sus compañeros lo que genera rumores y esos es lo que en muchas ocasiones hace que la información no se traslade como debe de ser.

* Sugieren que sería de mucha ayuda generar una cultura de comunicación interna dentro de la Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima, para así incentivar a los colaboradores más que con reconocimientos en dinero haciéndoles saber cuándo su trabajo ha sido realizado de manera correcta.

* Indican que las actividades que realizan en la institución se centran más en el funcionamiento de los procesos de importación y exportación y que sería conveniente crear más actividades que generen una unidad entre todos los departamentos y creen el ambiente de camaradería lo que genera identidad institucional.

1.4.3. Discusión de los Resultados

En el presente diagnóstico los resultados de los instrumentos aplicados denotan la falta de una mejora en el proceso de comunicación interna como estrategia para alcanzar las metas trazadas por la institución, mostrando que hay disposición por parte de los superiores y colaboradores para mejorar dichos procesos.

La importancia de crear valores empresariales es fundamental para establecer un sentido de identidad del personal con la institución, porque identifican al personal con los resultados que se esperan y guían los planes a seguir para obtener los objetivos y así determinar el éxito de la institución.

Todo superior tienen la obligación de crear relaciones humanas productivas con sus colaboradores proporcionando una comunicación clara y honesta, alentando la participación de los subalternos en los procesos internos, asumiendo un liderazgo creativo y transformador que no solo lo defina con un rol jerárquico, y en la Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima, este objetivo por parte de los jefes es casi cumplido al 100% por lo que los colaboradores se sienten con la confianza de poder dar sugerencias para el mejoramiento de procesos.

Al planteamiento del modo de enterarse de las actividades que se realizan se deja ver que las formas de rumores el traslado de información por parte de los compañeros ocasiona una barrera que no permite que en ocasiones la información llegue de manera precisa y exacta a los colaboradores lo que provoca que la transmisión efectiva de conceptos e ideas, órdenes y directrices no lleguen correctamente.

La importancia de tener clara la Visión, Misión, Filosofía y Políticas, tanto a nivel institucional como personal, propicia que se obtengan elementos sistémicos que marcan el rumbo correcto a seguir, para que el personal a lo largo de su trayectoria de pertenecer a la institución y enfrentar diferentes situaciones del día a día laboral sepan definir quién es la empresa, hacia donde va, el modo en que se debe alcanzar los

objetivos, y la importancia de su participación en el misma logrando así una toma de decisiones congruentes por parte de los colaboradores.

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN

1.5.1. F.O.D.A.



Fuente: elaboración personal febrero 2017

CAPÍTULO II

2. PLAN COMUNICACIONAL

“Plan de Comunicación Interna para la Compañía De Transporte Marítimo De Guatemala S.A.”

2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

La Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima o CTM Guatemala S.A., situada en la Ciudad de Guatemala (Centro América), es una sociedad de logística dedicada desde 1995 al transporte internacional de carga en lo que corresponde importación y exportación hacia y desde cualquier parte del mundo, siendo parte de CTM TEAM WORLD WIDE el cual permite ofrecer un servicio logístico con cobertura global y tiene su casa matriz en Stagno Livorno, Italia.

Es un operador logístico de transporte internacional, con base en ciudad Guatemala, la casa matriz se encuentra en Livorno, Italia fundada en 1982. Ha logrado una excelente reputación tanto en Italia y Guatemala como en el extranjero por ser una compañía líder en servicios marítimos y aéreos, con una red de oficinas propias en el mundo y agentes altamente calificados.

Con una experiencia de más de 20 años de ser un operador logístico que ofrece servicios integrales de alcance global de primera calidad.

En la actualidad la Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima no cuentan con ningún documento de creación propia relacionado en el mejoramiento de la comunicación interna o externa de la misma, por lo que con el presente Plan de Comunicación se sentará un precedente en este aspecto.

2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1. Objetivo General

Desarrollar un plan de comunicación interna que promueva una comunicación integral, fortaleciendo la comprensión, cohesión y compromiso en el personal de la Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima.

2.2.2. Objetivos específicos

- Dar a conocer la identidad cultural y corporativa que tiene CTM Guatemala S.A. para que exista una mejor comunicación interna
- Informar la misión, visión filosofía y políticas de tal forma que el personal se base en ellas sus actividades diarias.
- Crear nuevos medios de apoyo para informar de manera eficaz a los colaboradores, el mismo personal sugirió utilizar tablero de avisos, crear una bitácora de la empresa que se pueda utilizar a su vez como material de apoyo para la presentación de la empresa a los clientes externos.
- Promover la amistad creando actividades a nivel general para mejorar la comunicación interdepartamental y poder mejorar el trabajo en equipo.

2.3 Público Objetivo

Xifra (2005) define que el público objetivo “son aquellos grupos de individuos que son necesarios para lograr los objetivos y las metas de la campaña de relaciones públicas. Identifica sus intereses personales para ayudar a la conceptualización de mensajes que los motivarán”.

Es por eso que el plan de comunicación está dirigido a los jefes y colaboradores que forman la Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima.

2.4. MENSAJE

“Apertura, valores y trabajo en equipo”

La Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima sabe que existen dificultades en la entidad corporativa y la comunicación a nivel interno por lo que el mensaje central se enfoca en crear una identidad y actitud de servicio, esto es por los datos evidenciados por medio de las encuestas y entrevistas realizadas a los colaboradores, para ello se ha establecido el uso del mensaje clave que coadyuva a la ejecución del plan.

2.5. ESTRATEGIAS

En medida que los colaboradores estén enterados de todo, las decisiones, cambios actividades, etc., le creará sentimiento de pertenencia hacia la empresa y se sentirá identificado a tal punto que cuidará de promover y cuidar la imagen de la misma y buscando siempre el desarrollo para su buen desempeño en ella.

En la Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima hasta el momento no hay alguien asignado específicamente en el rol de comunicador, por el momento lo lleva a cabo la Gerencia de Operaciones por medio de diferentes personas según sea el caso. Este plan propone que se asigne a una persona para que lleve a cabo y le dé seguimiento a este programa, pues es importante que se realicen las propuestas en todas las áreas de trabajo y así como la evaluación de los proyectos realizados en el campo de la comunicación interna.

Según la información recabada con el personal en el diagnóstico, se determinó que los medios de comunicación a utilizar más adecuados para Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima son:

- Protocolo de Atención al cliente interno-externo
- Cartelera informativa
- Cuadros de misión, visión, y filosofía
- Manual de Personal
- Charla-taller

2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN



2.6.1. Protocolo de Atención al Cliente Interno-Externo

ACCIÓN 1	
A qué estrategia corresponde la acción	Protocolo de atención
Problema	Falta de lineamientos básicos de servicio que permitan la estandarización del servicio ofrecido al usuario interno y público en general.
Producto	1 exhibidor acrílico de T dúplex por escritorio
Objetivo Comunicacional	Crear nuevos medios de apoyo para la atención de los usuarios internos y público externo.
Tipo de Mensaje	Informativo
Público objetivo	Todos los colaboradores de todos los departamentos
Medio de difusión	Narrativas de procedimiento de atención telefónica y en oficinas impresas en papel couché, full color de 21.59 x 27.94c.m., y de 5 x 7" colocados en exhibidores acrílicos de T junto a los teléfonos.

Karin Denisse Vidal Archila mayo 2017

PROCESAMIENTO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA AL CLIENTE Y PÚBLICO EN GENERAL

NARRATIVA		
NO.	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Ingreso llamada en la unidad telefónica	Personal de CTM que atiende llamadas telefónicas de clientes, usuarios internos y público en general
2	Pronuncia saludo inicial "CTM buen día (nombre y primer apellido) le atiende. ¿En qué le puedo ayudar?"	
3	Realiza consulta.	Cliente, usuario interno o público en general
4	Retroudamiento con el cliente los aspectos relevantes de la consulta. A) Si la consulta definitivamente corresponde a otra unidad, transfiere la llamada a la unidad correspondiente. B) Si corresponde atenderla, solicita, si es necesario los datos del cliente y resuelve la consulta.	Cliente, usuario interno o público en general
5	Utiliza, si es necesario, las herramientas electrónicas internas con acceso de consultas, procedimientos, requisitos establecidos necesarios para la resolución de la consulta.	✓
6	Comunica al cliente la resolución de su consulta, agregando la orientación necesaria para la realización de la gestión	✓
7	Pronuncia el protocolo de pre-cierre de llamada. ¿Hay algo más en lo que pueda ayudarle?.	✓
8	Plantea o no otra consulta.	Cliente, usuario interno o público en general
9	Resuelve nueva consulta.	Cliente, usuario interno o público en general
10	Pronuncia protocolo de cierre diciendo: "Fue un gusto servirle, que tenga un buen día".	✓

PROCESAMIENTO DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y PÚBLICO EN GENERAL

NARRATIVA		
NO.	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Ingreso el cliente.	Cliente
2	Practica protocolo de bienvenida: "Buenos días/tardes. ¿En qué puedo ayudarle?"	Recepción y/o profesional de atención
3	Expone su consulta.	Cliente
4	Escucha atentamente la consulta planteada.	Recepción y/o profesional de atención
5	Verifica datos del cliente y consulta información requerida	✓
6	Imprime información escrita, si la hay, sobre la consulta planteada por el cliente (cuando este la solicite en forma impresa). Si hay boletines o documentos previamente impresos indicar al cliente que puede tomar el que corresponda a su solicitud.	✓
7	Explica, claramente, la información requerida por el cliente.	✓
8	Practica protocolo de despedida: ¿Hay algo más en lo que pueda ayudarle?.	✓
9	Realiza o no otra consulta.	Cliente
10	Resuelve nueva consulta.	Recepción y/o profesional de atención
11	Finaliza la atención: "Fue un gusto atenderle, que tenga un buen día".	✓

Bocetos de protocolos de atención al cliente interno-externo – Mayo 2017.

2.6.2. Cartelera Informativa

ACCIÓN 2	
A qué estrategia corresponde la acción	Cartelera informativa
Problema	Falta de información rápida de lo que está ocurriendo en la institución
Producto	Cartelera informativa 34"x34" acrílica con identificación institucional.
Objetivo Comunicacional	Mantener informado de forma rápida al personal de actividades, reuniones, decisiones de la empresa, sino también los empleados podrán informar a todos sus compañeros acerca de actividades como colectas, cumpleaños, etc.
Tipo de Mensaje	informativo
Público objetivo	Interno (empleados)
Medio de difusión	Impreso: hojas de un máximo de 21.59 x 27.94cm.

Karin Denisse Vidal Archila mayo 2017



Uso de la cartelera

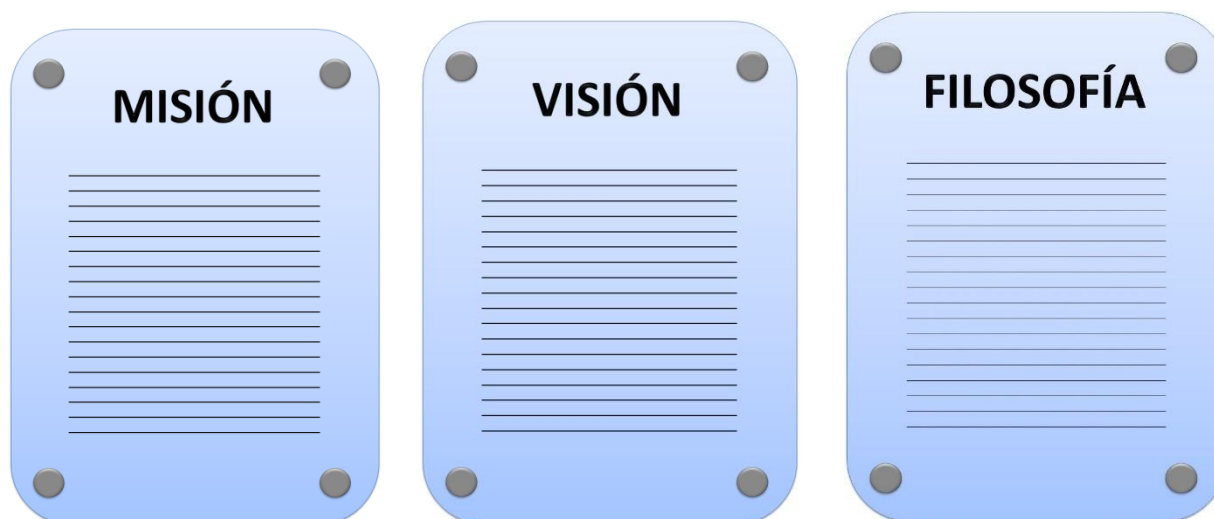
- Información Gerencial
- Información Departamental
- Eventos Corporativos
- Noticias varias

Sugerencia gráfica de cartelera informativa – Mayo 2017.

2.6.3. Cuadros de Misión, Visión y Filosofía

ACCIÓN 3	
A qué estrategia corresponde la acción	Cuadros de misión, visión y filosofía
Problema	Conocimiento de la misión, visión y filosofía de la institución.
Producto	Cuadro impresos Full Color 11"x17" en acrílico.
Objetivo Comunicacional	Transmitir y recordar a todo el personal la Misión, Visión y filosofía de tal forma que el personal se base en ellas sus actividades diarias.
Tipo de Mensaje	Informativo
Público objetivo	Interno y externo, ya que el personal tendrá presente la misión, visión, y filosofía de la empresa y los clientes podrán conocer la bases en las cuales labora CTM Guatemala S.A.
Medio de difusión	Impreso, colocación de los cuadros de la misión, visión, y filosofía de la empresa en lugares estratégicos para que todo el personal lo tenga a la vista.

Karin Denisse Vidal Archila mayo 2017



Bocetos de cuadros de identificación empresarial – Mayo 2017.

2.6.4 Manual de Personal

ACCIÓN 4	
A qué estrategia corresponde la acción	Manual de Personal
Problema	La falta de conocimiento de la identidad cultural y corporativa que tiene CTM Guatemala S.A.
Producto	Encuadernado tamaño 21.59 x 27.94cm Full Color, papel bond pasta suave
Objetivo Comunicacional	Dar a conocer la identidad cultural y corporativa que tiene CTM Guatemala S.A. para que exista una mejor identificación de los empleados
Tipo de Mensaje	informativo
Público objetivo	Personal de nuevo ingreso y existente
Medio de difusión	Impreso y digital, manuales que contengan una breve reseña de la historia de la empresa así como su misión, visión, filosofía, políticas, objetivos y organización de la institución

Karin Denisse Vidal Archila mayo 2017



Boceto de portada manual de bienvenida – Mayo 2017.

2.6.4.1. Esquema Contenido del Manual

Bienvenida.....	4
Objetivos del manual	5
Responsabilidad.....	5
Alcance	5
Fundamento Estratégico	6
Historia.....	6
Misión.....	9
Visión	9
Filosofía	9
Política.	9
Objetivo Institucional.....	10
Estructura Organizacional	11
Ética y Conducta	12
Valores	12
Responsabilidad:	12
Productividad:	12
Competitividad:	12
Desempeño	13
Uso del tiempo.....	13
Cuidado y uso de los objetos	13
Atención y protocolos.....	13
Relaciones con el público	14
Salud y seguridad ocupacional	14
Contrato Individual De Trabajo.....	16
Modalidades De Los Contratos De Trabajo	16
Formalización De La Contratación	16
Período De Prueba	16
Terminación De Los Contratos De Trabajo.....	17
Indemnización Por Cese De La Relación Laboral	17
Por Despido Sin Causa Justificada, Supresión Del Puesto O Reducción De Personal.....	17

Retiro Por Incapacidad Para Continuar Con Sus Labores.....	18
Por Causa De Muerte Del Empleado.....	18
Por Renuncia	18
Preaviso	19
Jornadas De Trabajo	20
Jornada Ordinaria De Trabajo	20
Jornadas Especiales.....	20
Derechos, obligaciones y prohibiciones	21
Derechos.....	21
Vacaciones	21
Descansos y Licencias.....	22
Bonificaciones.....	26
Obligaciones y Prohibiciones	28
Obligaciones	28
Prohibiciones	29
Portación de Gafete	30
Protocolos de Atención y Servicio	31
Usuario Interno.....	31
Usuario Externo.....	31
Compromiso con CTM S.A.	33

2.6.5. Charlas-Taller

ACCIÓN 5	
A qué estrategia corresponde la acción	Charla-taller
Problema	Falta de capacitación de trabajo en equipo así como especialización en su área.
Producto	Capacitaciones y talleres
Objetivo Comunicacional	Promover el reconocimiento de logros personales de los colaboradores y generando la cohesión creando actividades a nivel general para mejorar la comunicación interdepartamental y poder mejorar el trabajo en equipo.
Tipo de Mensaje	Informativo, formación personal
Público objetivo	Interno (todo el personal)
Medio de difusión	Celebración de cumpleaños y reconocimiento de logros, Taller de capacitación "Identifícate y ponte la camiseta" y "trabajando en equipo es mejor"

Karin Denisse Vidal Archila mayo 2017

Programa de Motivación		
Actividad	Objetivos	Incentivos
Taller de Capacitación "identifícate y ponte la camiseta"	Crear identidad laboral por parte de los empleados	Diploma de participación

Hora	10:00
Lugar	Salón de reuniones de la empresa
Expositor	Epesista Denisse Vidal
Tema	"Identifícate y ponte la camiseta"

Programa de Motivación		
Actividad	Objetivos	Incentivos
Taller de Capacitación "Trabajando en equipo es mejor"	Ayudar a los colaboradores a mejorar sus técnicas de trabajo en equipo para optimizar su rendimiento laboral	Diploma de participación

Hora	10:00
Lugar	Salón de reuniones de la empresa
Expositor	Lic. Mynor Miranda
Tema	"Trabajando en equipo es mejor"

Programa de Motivación		
Actividad	Objetivos	Incentivos
Logros y cumpleaños del mes	Reconocer a los empleados a nivel general por su actitud pro-activa en la empresa y celebrar en conjunto la vida de los cumpleaños	Desayuno de cumpleaños del mes y diploma de reconocimiento por los logros alcanzados

Hora	08:00
Lugar	Sala de juntas o restaurante aledaño a la institución
Expositor	Gerente General
Tema	Celebración de cumpleaños del mes y reconocimiento laboral

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. PROYECTO DESARROLLADO

“Plan de Comunicación Interna para la Compañía De Transporte Marítimo De Guatemala S.A.”

3.1.1. Financiamiento

El desarrollo de la estrategia comunicacional está respaldado por la Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima.

3.1.2. Presupuesto invertido

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total	Financiamiento
1	Asesoría Comunicacional	Q. 2000.00	Q. 2000.00	Epesista
1 2	Diseño gráfico de manual 33 hojas sueltas 8.5 x 11". Diseño protocolo de atención	Q. 2800.00	Q. 2800.00	Epesista
50	Reproducción material impreso variado Full Color	Q. 3.00	Q. 150.0	CTM Guatemala S.A.
12	Manual encuadernado, tamaño 8.5" X 11", impresión Full Color papel bond pasta suave.	Q. 40.00	Q. 480.00	CTM Guatemala S.A.
4	Cuadros en vidrio acrílico de 11"x17" Full Color	Q. 508.00	Q. 2032.00	CTM Guatemala S.A.
1	Cartelera de 34"x34" en vidrio acrílico, con vinil adhesivo de 8" con publicidad, con 5 espacios tamaño carta y 1 tamaño ½ carta, sin instalación.	Q. 1250.00	Q. 1250.00	CTM Guatemala S.A.
1	Instalación de Cartelera Informativa	Q. 150.00	Q. 150.00	CTM Guatemala S.A.
2	Capacitadores charla-taller	Q. 1250.00	Q. 2500.00	Patrocinio
24	Refacción para capacitaciones	Q. 20.00	Q. 480.00	Epesista
24	Desayunos o almuerzos de cumpleaños	Q. 40.00	Q. 960.00	CTM Guatemala S.A.
Karin Denisse Vidal Archila agosto 2017		Total del proyecto		Q. 12,802.00

3.1.3. Financiamiento

FINANCIAMIENTO	MONTO
Epesista	Q. 5280.00
Empresa	Q. 5022.00
Patrocinio	Q. 2500.00

3.1.4. Beneficiarios

Beneficiarios Directos

- Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima es el principal beneficiario de la aplicación de este proyecto de comunicación.
- Colaboradores de Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima, quienes son beneficiados con la mejora efectiva de la comunicación interna.

Beneficiarios Indirectos

- Público en General que visita o llama a las instalaciones para solicitar los servicios de importación y exportación de Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima, ya que serán atendidos de manera cordial y amable por personal que conoce su trabajo al tener información estandarizada y que se sienten identificadas con la institución.

3.1.5. Recursos Humanos

En la implementación del proyecto se contó con el apoyo del recurso humano siguiente:

Personal	Puesto	Actividad
Lic. Mark Thoma	Gerente General CTM Guatemala S.A.	Autorización de material para estrategia
Lic. Marvin Castillo	Gerente de Importaciones CTM Guatemala S.A.	Revisión y apoyo en elaboración de material para estrategia
Licda. Gabriela Lemus	Departamento Financiero CTM Guatemala S.A.	Aprobación del presupuesto brindado para la ejecución del plan
Lic. Luis Pedroza	Coordinador EPS Licenciatura ECC	Asesoría y supervisión
Lic. Fernando Flores	Supervisor de EPS de Licenciatura ECC	Asesoría y supervisión
Denisse Vidal	Epesista de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación USAC	Elaboración de Diagnóstico y Propuesta de Comunicación

Fuente: elaboración personal agosto 2017

3.1.6. Área Geográfica de Acción

La implementación del plan se llevó a cabo en La Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima ubicada en la 7ª. Avenida 12-23 zona 9 Edificio ETISA 5to. Nivel oficina 5.7, Guatemala, Guatemala.

3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

El plan de comunicación desarrollado permitió crear y fortalecer estrategias comunicacionales adecuadas para el buen funcionamiento de los sistemas de comunicación a nivel interno repercutiendo en la mejora del ambiente laboral.

Las acciones de comunicación realizadas fueron las siguientes:

3.2.1. Protocolo de atención al cliente interno-externo

Objetivo de comunicación

Crear nuevos medios de apoyo para la atención de los usuarios internos y público en general.



Acciones desarrolladas

- Se realizaron reuniones con Gerencia para presentar propuestas del arte.
- Se realizaron cambios sugeridos por Gerencia de Importaciones.
- Gerencia General autorizó los artes finales para su impresión y colocación en los exhibidores acrílicos de T.
- Se colocaron exhibidores de acrílicos de 5 x 7" en cada uno de los escritorios de los colaboradores junto a los teléfonos y un exhibidor de 21.59 x 27.94 cm en el escritorio de recepción.

Propuesta gráfica



PROCESAMIENTO DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y PÚBLICO EN GENERAL

NARRATIVA		
NO.	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Ingresar el cliente.	Cliente.
2	Practica protocolo de bienvenida: "Buenos días/tardes, ¿en qué puedo ayudarle?"	Recepción y/o profesional de atención.
3	Exponer su consulta.	Cliente.
4	Escucha atentamente la consulta planteada.	Recepción y/o profesional de atención.
5	Verifica datos del cliente y consulta información requerida.	✓
6	Imprime información escrita, si la hay, sobre la consulta planteada por el cliente (cuando éste la solicite en forma impresa). Si hay volantes o documentos previamente impresos indicar al cliente que puede tomar el que corresponda a su solicitud.	✓
7	Explica, claramente, la información requerida por el cliente.	✓
8	Practica protocolo de despedida: "¿Hay algo más en lo que pueda ayudarle?"	✓
9	Realiza o no otra consulta.	Cliente.
10	Resuelve nueva consulta.	Recepción y/o profesional de atención.
11	Finaliza la atención: "Fue un gusto atenderle, que tenga un buen día."	✓

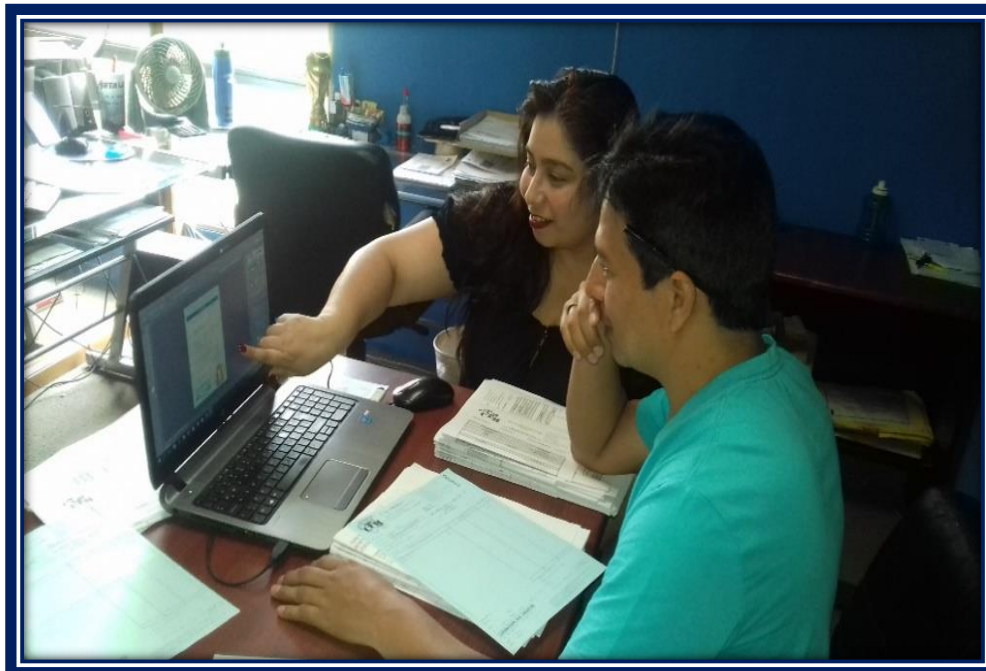
PROCESAMIENTO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA AL CLIENTE Y PÚBLICO EN GENERAL

NARRATIVA		
NO.	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Ingreso llamada en la unidad telefónica.	Personal de CTM que atiende llamadas telefónicas de clientes, usuarios internos y público en general.
2	Pronuncia saludo inicial "CTM buen día (mañana y poner apellido) le atiendo ¿en qué le puedo ayudar?"	
3	Realiza consulta.	Cliente, usuario interno o público en general.
4	Establecimiento con el cliente los aspectos relevantes de la consulta. A) Si la consulta, definitivamente, corresponde a otra unidad, transfere la llamada a la unidad correspondiente. B) Si corresponde atenderla, solicita, si es necesario los datos del cliente y resuelve la consulta.	Cliente, usuario interno o público en general.
5	Utiliza, si es necesario, las herramientas electrónicas internas con acceso de consultas, procedimientos, requisitos e instalaciones necesarias para la resolución de la consulta.	✓
6	Comunica al cliente la resolución de su consulta, agregando la orientación necesaria para la realización de la gestión.	✓
7	Pronuncia el protocolo de post-cierre de llamada: "¿Hay algo más en lo que pueda ayudarle?"	✓
8	Realiza o no otra consulta.	Cliente, usuario interno o público en general.
9	Resuelve nueva consulta.	Cliente, usuario interno o público en general.
10	Pronuncia protocolo de cierre diciendo: "Fue un gusto servirle, que tenga un buen día."	✓

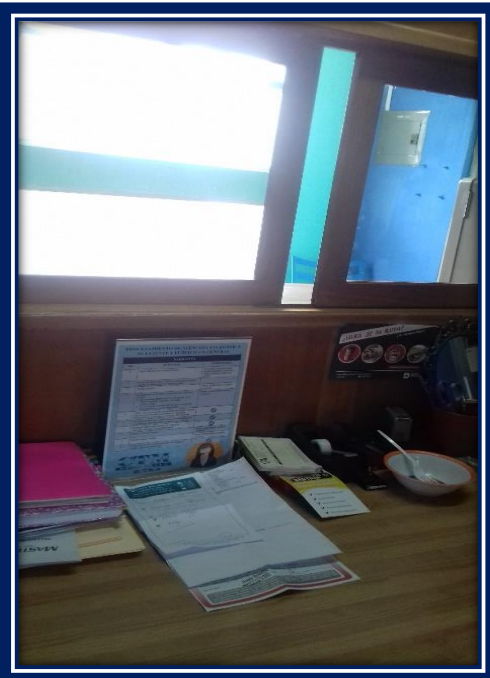
Propuesta gráfica de los protocolos de atención al cliente interno-externo – Junio 2017.

Imagen o fotografía



Epesista Denisse Vidal Trabajando el diseño de las artes del protocolo de atención con Gerente de Importaciones Lic. Marvin Castillo – Junio 2017.

Epesista Denisse Vidal en entrega de los protocolos de atención impresos y colocados en los display T para los escritorios de los colaboradores al Lic. Marvin Castillo Gerente de Importaciones – Julio 2017.



Display T acrílicos colocados en los escritorios de los colaboradores de Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala S.A. – Julio 2017.



3.2.2. Cartelera informativa

Objetivo de comunicación

Mantener informado de forma rápida al personal de actividades, reuniones, decisiones de la empresa, así mismo los empleados también podrán informar a todos sus compañeros acerca de actividades como colectas, cumpleaños, etc.

Acciones desarrolladas

- Reuniones con Gerencia para presentar el diseño de la cartelera informativa
- Revisión y aprobación del diseño de la cartelera informativa
- Contratación de la empresa que realiza la cartelera informativa
- Contratación de la persona que realiza la instalación
- Instalación en el lugar designado por Gerencia de la cartelera informativa

Propuesta gráfica



Propuesta gráfica de la cartelera informativa – Junio 2017

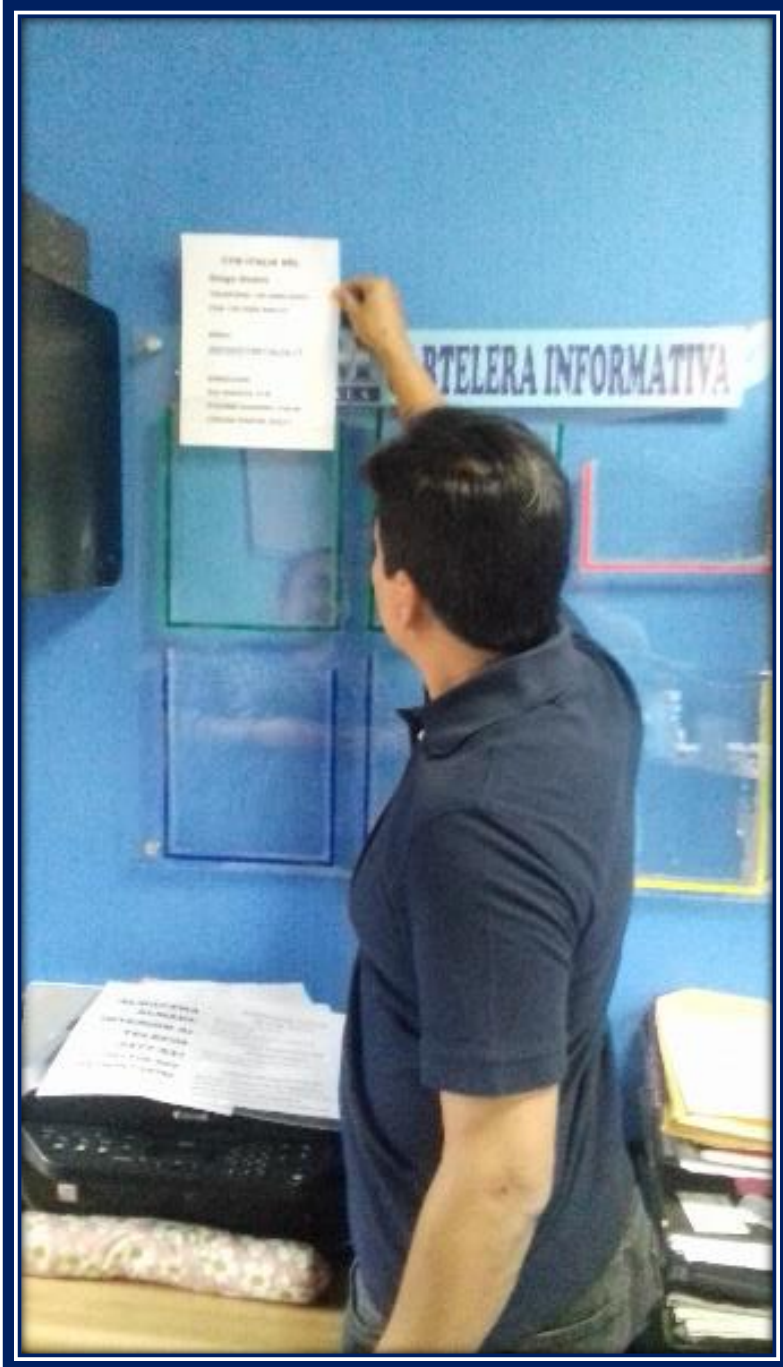
Imagen o fotografía



Ing. Jorge Vidal en instalación de Cartelera Informativa – Julio 2017.



Epesista Denisse Vidal entregando Cartelera Informativa al Lic. Marvin Castillo Gerente de Importaciones – Julio 2017.



Lic. Marvin Castillo Gerente de Importaciones insertando el primer documento informativo en la Cartelera –Julio 2017.

3.2.3. Cuadros de misión, visión, y filosofía

Objetivo de comunicación

Transmitir y recordar a todo el personal la Misión, Visión y filosofía de tal forma que el personal se base en ellas sus actividades diarias.

Acciones desarrolladas

- Se realizan reuniones con Gerencia General y Gerencia de Importaciones para presentar el arte de los cuadros.
- Se re-estructura la misión visión y filosofía de la empresa para insertarla en el arte final
- Aprobación por parte de Gerencia General de los artes de los cuadros
- Se contrata a la empresa que realizará la impresión de los artes aprobados
- Se contrata al personal que realiza la instalación de los cuadros.

Propuesta gráfica



Propuesta gráfica de los cuadros de identificación institucional – Junio 2017.

Imagen o fotografía



Epesista Denisse Vidal trabajando con el Lic. Marvin Castillo Gerente de Importaciones los artes finales de los cuadros de Misión, Visión y Filosofía – Junio 2017.



Ing. Jorge Vidal en instalación de cuadros de Misión, Visión y Filosofía – Julio 2017.



Epesista Denisse Vidal entregando Cuadros de Misión, Visión y Filosofía al Lic. Marvin Castillo Gerente de Importaciones – Julio 2017.

3.2.4. Manual de bienvenida

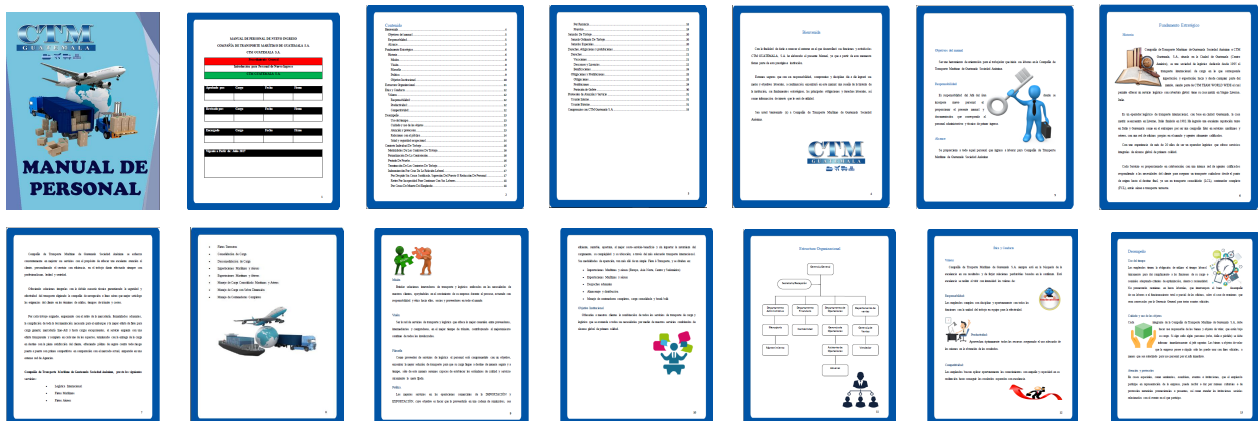
Objetivo de comunicación

Dar a conocer la identidad cultural y corporativa que tiene CTM Guatemala S.A. para que exista una mejor identificación de los empleados.

Acciones desarrolladas

- Creación, elaboración y diseño del manual digital
- Determinación de las secciones del manual
- Elaboración y corrección del texto
- Producción y maquetación del manual
- Corrección de texto y contenido
- Autorización por medio de firma del manual de bienvenida por parte de la Gerencia

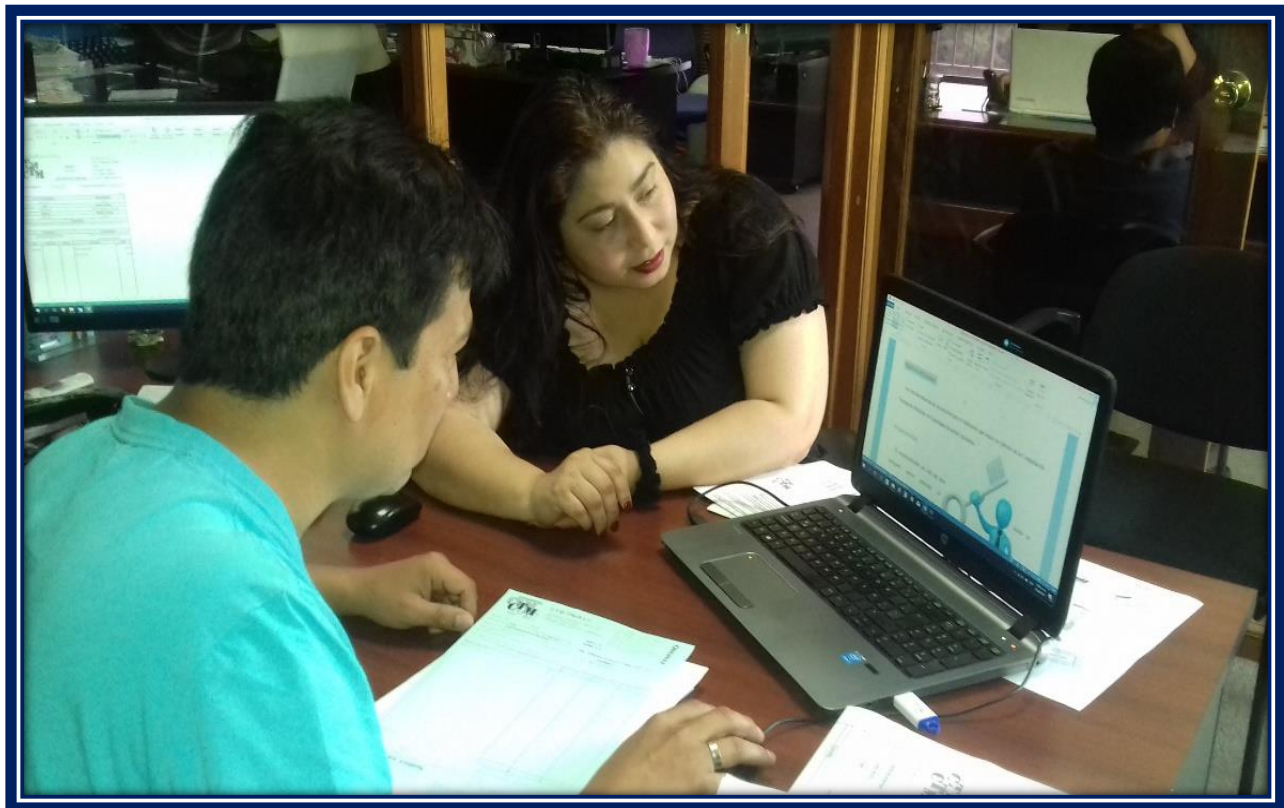
Propuesta gráfica





Propuesta gráfica de la portada y diagramación interior del manual de bienvenida – Junio 2017.

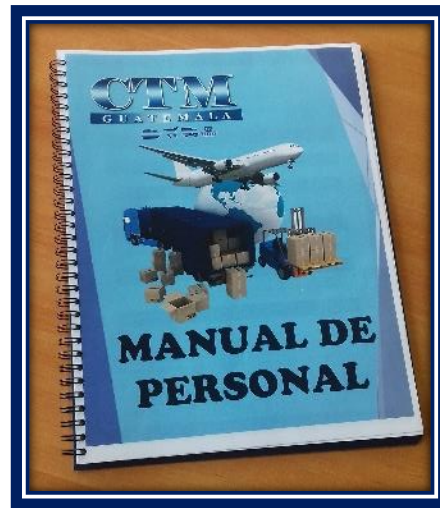
Imagen o fotografía



Epesista Denisse Vidal trabajando con el Lic. Marvin Castillo Gerente de Importaciones
La diagramación y revisión de contenido del documento final del Manual de Bienvenida – Junio 2017.



Epesista Denisse Vidal entregando Manual de Bienvenida al Lic. Marvin Castillo Gerente de Importaciones – Julio 2017.



Fotografía del Manual ya impreso – Julio 2017.



**Epesista Denisse Vidal en taller Reinducción al personal
“Identifícate y Ponte la Camiseta”
CTM Guatemala S.A. – Julio 2017.**

3.2.5. Charla-taller

Objetivo de comunicación

Promover el reconocimiento de logros personales de los colaboradores y generando la cohesión creando actividades a nivel general para mejorar la comunicación interdepartamental y poder mejorar el trabajo en equipo.

Acciones desarrolladas

- Dentro de las acciones de comunicación, se realizaron dos charlas taller con los colaboradores con el fin de mejorar el clima organizacional reforzando con ellos las ventajas del trabajo en equipo “Trabajando en Equipo es Mejor” y el sentido de pertenencia con la empresa “Identifícate y Ponte la Camiseta”, esta charla-taller se utilizó para realizar la reinducción al personal con el Manual de Bienvenida.
- Se celebró a los cumpleaños del mes compartiendo un desayuno y un pastel con los colaboradores aprovechando que todo el personal se reunió en la charla taller “Trabajando en equipo es mejor”
- Se felicita a los empleados por sus logros personales en el desayuno de celebración de cumpleaños y se pacta la próxima evaluación de logros para dentro de 2 meses.

Imagen o fotografía



Epesista Denisse Vidal en charla-taller “Trabajando en Equipo es Mejor” impartida por el Lic. Mynor Miranda en la cual participa junto con los colaboradores el Lic. Mark Thoma Gerente General y el Lic. Marvin Castillo Gerente de Importaciones – Junio 2017.



Lic. Mark Thoma Gerente General, Lic. Marvin Castillo Gerente de Importaciones, Colaboradores y Epesista Denise Vidal en desayuno de cumpleaños y reconocimiento de logros personales – Junio 2017.





**Epesista Denisse Vidal en taller Reinducción al personal
"Identificate y Ponte la Camiseta"
CTM Guatemala S.A. – Julio 2017.**

3.3. Cronograma de Actividades Plan de Comunicación

CRONOGRAMA PLAN DE COMUNICACIÓN								
Actividades	JUNIO				JULIO			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Reunión de presentación de plan con Gerencia General y colaboradores								
Diseño de estrategia manual de personal								
Propuesta de diagramación y contenido del manual de personal								
Entrega del manual de personal a Gerencia General y Gerencia de Importaciones								
Distribución de manual de personal a los colaboradores								
Diseño de estrategia cuadros de identidad institucional								
Propuesta de artes finales cuadros de identidad institucional								
Entrega de cuadros de identidad institucional a Gerencia General y Gerencia de Importaciones								
Diseño de la estrategia comunicacional Cartelera Informativa								
Propuesta de diseño y aprobación Cartelera Informativa								
Entrega de Cartelera Informativa a Gerencia General y Gerencia de Importaciones								
diseño de estrategia Protocolo de atención al cliente interno-externo								
Propuesta de diagramación y contenido del protocolo de atención al cliente interno-externo								
Entrega de Protocolo de atención al cliente interno-externo a Gerencia General y Gerencia de Importaciones								
Diseño de estrategia Charla taller Trabajando en Equipo es Mejor, Desayuno de cumpleaños y Reconocimientos de logros personales								
Primera charla taller Trabajando en Equipo es Mejor								
Desayuno de cumpleaños y reconocimientos de logros personales								
Diseño de estrategia charla taller Identifícate y Ponte la Camiseta (reinducción de colaboradores con el manual de personal)								
Segunda charla taller identifícate y Ponte la Camiseta								

Fuente: elaboración personal Julio 2017.

3.4. Control y Seguimiento

ESTRATEGIA	INDICADORES CUANTITATIVOS (participación)	INDICADORES CUALITATIVOS (comentarios)
<p>Protocolo de servicio al cliente interno-externo.</p> <p>Objetivo: Crear nuevos medios de apoyo para la atención de los usuarios internos y público en general.</p>	<p>Se imprimió 1 protocolo tamaño carta full color, el cual fue entregado a la recepción de la empresa.</p> <p>Se imprimieron 8 protocolos tamaño 5 x 7" full color los cuales fueron colocados en los escritorios a la par de cada extensión de teléfono.</p>	<p>-Departamentos de Ventas, indica que es de gran ayuda para la primera impresión de servicio al cliente. (Licda. Aura Palencia)</p> <p>-Recepción, comenta que le ayuda a unificar criterios de atención en el primer contacto con la empresa. (Jennifer Aldana)</p>
<p>Cartelera informativa</p> <p>Objetivo: Mantener informado de forma rápida al personal de actividades, reuniones, decisiones de la empresa, sino también los empleados podrán informar a todos sus compañeros acerca de actividades como colectas, cumpleaños etc.</p>	<p>Se trabajó una cartelera informativa de vidrio acrílico de tamaño 34x34" con identificación institucional la cual cuenta con 5 espacios tamaño carta y un espacio media carta para colocar información y poder rotarla cíclicamente.</p>	<p>-Departamento de Importaciones, deja ver que es de mucha utilidad ya que en ella se puede colocar las llegadas y descarga de los buques con su carga en los puertos. (Maufredo Méndez)</p> <p>-Departamento financiero, mejoró mucho la presentación de la oficina. (Licda. Gabriela Lemus)</p> <p>-Mensajería, indica es bueno ya que me permite ver los lugares a los cuales ir a recoger cheque de pago. (Rodrigo Carías)</p>
<p>Cuadro de misión, visión y filosofía</p> <p>Objetivo: Transmitir y recordar al personal los principios y políticas de tal firma que el personal base en ellas sus actividades diarios.</p>	<p>Se imprimieron 3 cuadros en vidrio acrílico full color de 11x17" para ser colocados estratégicamente en el pasillo de la entrada para que empleados y clientes vean y conozcan las bases que rigen a la empresa.</p>	<p>-Gerencia General, esta acción permitió identificarse de una mejor manera con la empresa al tener presente hacia donde queremos llegar. (Lic. Mark Thoma)</p> <p>-Departamento de ventas, es algo muy bueno ya que ese tipo de cosas no las anda pensando uno todos los días. (Licda. Aura Palencia)</p>
<p>Manual de bienvenida</p> <p>Objetivo: Dar a conocer la identidad cultural y corporativa que tiene CTM Guatemala S.A. para que exista una mejor identificación de los empleados.</p>	<p>Se imprimió un tiraje de 12 ejemplares del manual de bienvenida al personal en un tamaño de 21.59x27.94cm, full color en papel bond con pasta suave, para ser entregados a los actuales colaboradores y guardar algunos para personal de nuevo ingreso.</p>	<p>-Gerencia General, es el comienzo de las herramientas que la empresa necesitaba y que se va a volver como nuestra guía en el día a día. (Lic. Mark Thoma)</p> <p>-Aduanas, nos dice que el manual fue de gran ayuda para todo el personal ya que no se contaba con ningún material el cual sirviera de ayuda para identificarse con la empresa. (Walter Hernández)</p> <p>-Ventas, nos comenta que todo el personal recibió su manual como parte de una reinducción de ingreso que le permitió conocer lineamientos de la empresa. (Licda. Aura Palencia)</p>
<p>Charla-Taller</p> <p>Objetivo: Promover el reconocimiento de los colaboradores, generando la cohesión creando actividades a nivel general para mejorar la comunicación interdepartamental y poder mejorar el trabajo en equipo.</p>	<p>Se celebra a los cumpleaños del mes y se reconocen triunfos personales en un desayuno.</p> <p>Se realizó dos charlas-taller con el fin de promover la cohesión entre los colaboradores mejorando así la comunicación interdepartamental.</p>	<p>-Mantenimiento, es muy importante que nos reconozcan las cosas buenas que hacemos eso motiva a seguir adelante. (Angélica Alegría)</p> <p>-Departamento financiero, este tipo de charlas permiten aprender nuevas técnicas de comunicación para aplicarlas en el manejo de conflictos en la institución. (Licda. Gabriela Lemus)</p> <p>-Gerencia General, estos talleres son buenos ya que nos recuerdan quienes somos y hacia dónde vamos todos juntos en el mismo barco. (Lic. Mark Thoma)</p>

Fuente: elaboración personal Septiembre 2017.

3.5. Check List de Acciones

Acciones	Realizado	No Realizado	Observaciones
Elaboración Protocolos de Atención	X		-Se diseñó el arte de los protocolos de atención al cliente con una narrativa guía del procesamiento de atención telefónica al cliente y público en general y procesamiento de atención al cliente y público en general. -Se imprimió 1 protocolo tamaño carta full color, el cual fue entregado a la recepción de la empresa. -Se imprimieron 8 protocolos tamaño 5 x 7" full color los cuales fueron colocados en los escritorios a la par de cada extensión de teléfono.
Elaboración manual de bienvenida	X		-Se diseñó e imprimió un tiraje de 12 ejemplares del manual de bienvenida al personal en un tamaño de 21.59x27.94cm, full color en papel bond con pasta suave, para ser entregados a los actuales colaboradores y guardar algunos para personal de nuevo ingreso.
Elaboración cuadros misión visión filosofía	X		-Se diseñaron e imprimieron 3 cuadros en vidrio acrílico full color de 11x17" y se colocaron estratégicamente en la pared del pasillo de la entrada para que empleados y clientes vean y conozcan las bases que rigen a la empresa.
Elaboración cartelera informativa	X		-Se trabajó una cartelera informativa de vidrio acrílico de tamaño 34x34" con identificación institucional la cual cuenta con 5 espacios tamaño carta y un espacio media carta para colocar información y poder rotarla cíclicamente y se colocó en la pared que se encuentra después del escritorio de recepción para que esta quedara a vista de los colaboradores más no del público en general por la información privada que esta manejará.
Charlas-taller	X		Se realizaron dos charlas-taller con el fin de promover la cohesión entre los colaboradores mejorando así la comunicación interdepartamental, siendo: - "Trabajando en equipo es mejor" que tenía el objetivo de incentivar a los colaboradores a mejorar el trabajo en equipo con los miembros de su departamento y con los otros departamentos para mejorar la comunicación interna. - "Identifícate y ponte la Camiseta" con el objetivo de lograr afianzar la identidad institucional de los colaboradores por medio de una re-inducción con el manual de bienvenida, para que los mismos conocieran la empresa a profundidad desde sus inicios y cuáles son sus derechos y obligaciones como familia CTM Guatemala S.A., al final de la charla los colaboradores firmaron el compromiso con la empresa que se encuentra al final del manual que se le entregó a cada uno como símbolo de total cooperación con la institución.
Desayuno celebración de cumpleaños del mes y reconocimiento de logros personales	X		-Se celebró a los cumpleaños del mes compartiendo un desayuno y un pastel con los colaboradores aprovechando que todo el personal se reunió en la charla taller "Trabajando en equipo es mejor". -Se felicita a los empleados por sus logros personales en el desayuno de celebración de cumpleaños y se pacta la próxima evaluación de logros para dentro de dos meses.

Karin Denisse Vidal Archila Septiembre 2017

CONCLUSIONES

- El diagnóstico de comunicación interna es la base que muestra una radiografía de la situación actual de la empresa mostrando todas las barreras de comunicación presentes en ambas vías a nivel interno el cual permite trazar un plan de acción para mejorar la misma logrando así una mejora considerable en el clima organizacional.
- Los resultados obtenidos por los instrumentos aplicados indicaron que el personal no consideraba como efectivos los canales que se utilizaban evidenciando serios problemas de comunicación a nivel interno permitiendo esto desarrollar procesos de comunicación que implementaran actividades constructivas-recreativas para la integración del personal.
- Con la aplicación del plan de comunicación se logró que los empleados conocieran los lineamientos básicos que rigen a CTM Guatemala S.A., así como la misión, visión, y filosofía de la institución logrando así que los colaboradores se sientan parte fundamental en el proceso del logro de las metas y los objetivos de la misma.
- Después de investigar, analizar y echar a andar el plan de mejora a la comunicación interna de la institución se llegó a lo siguiente: dentro de las actividades del proyecto de esta mejora se diseñaron cursos de capacitación, actividades de superación personal, reconocimiento de logros personales, celebración de fechas especiales, implementación de protocolo de servicio al cliente interno-externo y una cartelera informativa entre otras actividades realizadas con el personal se evidencia el fortalecimiento interno de la imagen institucional cubriendo áreas descuidadas en el proceso de comunicación evidenciando la importancia de la implementación del estudio realizado para la mejora del clima organizacional de la institución.

RECOMENDACIONES

Después de realizar el presente informe se realizan las siguientes recomendaciones para fortalecer la comunicación interna de Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima.

- Se sugiere continuar con un plan que apoye la mejora de la comunicación dentro de la CTM Guatemala Sociedad Anónima, para que de esta manera no solamente se fortalezca el clima organizacional, sino también se siga aumentando la productividad al motivar a los colaboradores, con un cronograma de reuniones y actividades que sigan promoviendo una comunicación más fluida y fortalezcan sus competencias laborales.
- Se recomienda asignar un presupuesto para la realización de actividades de capacitación y superación personal para fortalecer las competencias de los colaboradores.
- Se sugiere la contratación de un colaborador de planta que se encargue de un Departamento de Comunicación para así mantener cubiertas todas las necesidades de comunicación que surjan a nivel interno para así comenzar a implementar un plan de acción para la mejora de la comunicación externa.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Acción: Realización de un acto o un hecho.

Artes: Es el concepto que engloba todas las creaciones realizadas por el ser humano para expresar una visión sensible acerca del mundo, ya sea real o imaginario.

Breakbulk: Se refiere a las cargas debidamente empaquetadas, pero no contenerizada. Este tipo de carga se debe cargar y descargar de forma individual pieza por pieza en cada punto de la transferencia.

Comunicación: Procede del latín *communicare* que significa “hacer a otro partícipe de lo que uno tiene”. La comunicación es la acción de comunicar o comunicarse, se entiende como el proceso por el que se trasmite y recibe una información.

Contenedor: (container), Recipiente metálico grande y recuperable, de tipos y dimensiones normalizados internacionalmente y provisto de ganchos o argollas para facilitar su carga y descarga mediante grúas, que sirve para transportar mercancías a grandes distancias.

Cronograma: Calendario de trabajo.

Couché: Papel que sirve para impresión de material de editorial y medio impreso.

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

Cuantitativo: Adjetivo que está vinculado a cantidad.

Desconsolidación de Mercancía: Actividad que permite desagrupar embarques consolidados en un mismo documento de transporte y otro equivalente y que vienen

destinados a diferentes consignatarios, presentando cada embarque individual con su respectivo documento de transporte hijo.

Diseño: Representación gráfica, a partir de una idea previa, de un objeto, un dispositivo, una estructura o del funcionamiento de un sistema.

Diagnóstico: Los resultados que se arrojan luego de un estudio, evaluación o análisis sobre determinado ámbito u objeto.

Enfoque Estratégico: Serie de acciones programadas y planificadas que se implementan a partir de ciertos intereses y necesidades, en un espacio de interacción humana.

Estrategia: Conjunto de acciones que se implementan en un contexto determinado con el objetivo de lograr el fin propuesto.

Estudio: En la mayoría de los casos es regido por lo que se le denomina sistema de educación, que no es más que un plan de enseñanza elaborado con el fin de maximizar el interés.

FCL: Transporte de carga en contenedor completo.

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

Full color: Sistema de impresión en todos los colores grabación final de la película.

Gestión: Operaciones que se realizan para dirigir y administrar un negocio de o una empresa.

Gráfica: Dibujo representativo de un conjunto de datos estadísticos, de descripciones o demostraciones mediante figuras o signos.

Identidad: Es la esencia de una entidad, organización, grupo o pueblo. Es la verdad constituida por normas, valores, cultura, lenguaje de organización. La imagen la puede crear el asesor pero la identidad la define el cliente.

Imagen institucional: concepto que el mercado tiene sobre la empresa a través de toda la información que reciba de la misma.

Investigación: Búsqueda de soluciones para ciertos inconvenientes.

Material impreso: es todo aquello que se expresa gráficamente en dos dimensiones y que ha sido sometido a un proceso de impresión, ya sea fotos, folletos, publicidad, materiales de revistas, periódicos, libros, etc.

Mensaje: Noticia o comunicación de palabra, por escrito o por otro medio, que se hace llegar a una persona.

Método: Modo de hacer las cosas, siguiendo un cierto orden o costumbre, para alcanzar un fin determinado.

Muestra: Pedazo o porción de un producto que da a conocer las cualidades del mismo.

LCL: Transporte de Carga Consolidada

Líder: Ser habilitado para ejercer un poder determinante sobre la conducta de un grupo de personas determinadas.

Objetivo: Punto o zona que se pretende alcanzar u ocupar como resultado de una operación.

Organizar: Establecer o reformar algo para lograr un fin, coordinando las personas y los medios adecuados.

Pallet: Es un almacén de madera, plástico u otros materiales empleado en el movimiento de carga ya que facilita el levantamiento y manejo con pequeñas grúas hidráulicas.

Personalidad corporativa: Es lo que hace que una empresa sea ésta y no otra. El centro psíquico corporativo son las creencias, los valores, su misión, sus objetivos, su actitud corporativa.

Plan: El concepto básico es comparar, vender, producir y financiar. El control de gestión evalúa si esas cuatro actividades se realizan con eficiencia.

Proceso: Desarrollo o curso que sigue una cosa en su realización.

Valores: Representan las convicciones filosóficas de los responsables de dirigir a la organización hacia el éxito. Algunos de ellos serán permanentes (ética, calidad, seguridad), otros podrán variar con el tiempo, de acuerdo a la naturaleza de la actividad de la organización.

Visión: Señala a dónde quiere llegar la organización, es la perspectiva de futuro de la organización.

Terminología Internacional de Carga

ABT	About
ACCT	Account
AGW	All going well
ASAP	As soon as possible
BAF	Bunker Adjustment Factor
BAS	Base Rate
BSS	Basis
CBFT	Cubic feet
CBM	Cubic meter
CHRTRNG	Chartering
CHRTRS	Charterers
CP	Charter party
DDF	Documentation Fee - Destination
DHC	Handling Charge - Destination
EIU	Even if used
F/C	Full cargo
FCL	Full container load
FIO	Free in out
FLT	Full liner terms
FRT	Freight
ILOHC	In lieu of holds cleaning
IHI	Import Inland Rate
L/C	Letter of credit
L/CAN	Laycan
MIN/MAX	Minimum / maximum
MOLCHOPT	More or less in charterers' option
MOLOO	More or less in owners' option
MT	Metric ton

ODS	Documentation Fee - Origin
OWS	Owners
P/C	Part cargo
PCC	Panama Transit Fee
PSI	Port Security Charge - Import
PSS	Peak Season Surcharge
PWWD	per weather working day
SB	Safe berth
SER	Carrier Security Charge
SF	Stowage factor
SHEX	Sundays and holidays excluded
SHINC	Sundays and holidays included
SP	Safe Port
ST	Spout Trimmed
UCAE	Unforeseen circumstances always excepted
UU	Unless used
VSL	Vessel
WFC	Wharfage
WP	Weather permitting

BIBLIOGRAFÍA

Ávila, R. (1977). "La Lengua y los Hablantes". Trillas. México.

Briones, G. (1995) "Métodos y técnicas de investigación". Bogotá, Colombia

Cultip, Scott M.; Center, Allen H.; Ph.D.Broom, Glen M. (1994). Effective Public Relations. Editorial: Prentice-Hall

Chiavenato I. (2000) "Administración de Recursos Humanos" (5ª edición) .McGraw Hill. Bogotá, Colombia.

Del pozo Lite M. (2000) "Gestión de la comunicación interna en las organizaciones", (caso de empresa). México.

Katz Y Kahn (1995). "Psicología Social de las Organizaciones". McGraw Hill. México.

Rojas Soriano, R. (2006) "Guía para realizar investigaciones sociales", P.E. Plaza y Valdés (P Y V), ED. México.

Sampieri,R., Fernández, C., Baptista,P. (2003). "Metodología de la investigación" (3ª edición) Mc Graw Hill. México.

Trelles, I. (2001). "Comunicación Organizacional". Cuba: Editorial Félix Varela.

Xifra, J. (2005). "Planificación estratégica de las relaciones públicas". Barcelona: Paidós.

E-GRAFÍA

Elías, E. (2000). “Encuesta”. (Homepage). [En Red] Recuperado de:
<http://deconceptos.com/ciencias-sociales/encuesta>

Lawner, M. (1999). “Entrevista”. (Homepage). [En Red] Recuperado de:
<http://definicion.de/entrevista/>

Rivera, V. (2000). “Diagnóstico de Comunicación Institucional”. [En Red]
Disponible en: www.rppnet.com Consulta realizada el: 4 de octubre de 2003.

Molero, A. (2005). “Plan de comunicación, concepto, diseño e Implementación”. *ILGO*.
(En Red). Disponible en:
http://conocimiento.incae.edu/ES/no_publico/ilgo05/presentaciones/A.MoleroPlanComunicacion.pdf


Zuñiga B. (1992) “La Comunicación Organizacional en las Relaciones Humanas”. [En Red] Disponible en: <http://docplayer.es/17613937-Entre-los-factores-mas-importantes-que-influyen-en-esta-situacion-se-pueden-mencionar-los-siguientes.html>


ANEXOS

ARTES DE PROTOCOLOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE INTERNO-EXTERNO






PROCESAMIENTO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA AL CLIENTE Y PÚBLICO EN GENERAL

NARRATIVA		
NO.	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Ingresa llamada en la unidad telefónica	Personal de CTM que atienda llamadas telefónicas de clientes, usuarios internos y público en general
2	Pronuncia saludo inicial "CTM buen día (nombre y primer apellido) le atiende ¿En qué le puedo ayudar?"	
3	Realiza consulta.	Cliente, usuario interno o público en general
4	Retroalimenta con el cliente los aspectos relevantes de la consulta. A) Si la consulta, definitivamente, corresponde a otra unidad, transfiere la llamada a la unidad correspondiente. B) Si corresponde atenderla, solicita, si es necesario los datos del cliente y resuelve la consulta.	Cliente, usuario interno o público en general
5	Utiliza, si es necesario, las herramientas electrónicas internas con acceso de consultas, procedimientos, requisitos establecidos necesarios para la resolución de la consulta.	✔
6	Comunica al cliente la resolución de su consulta, agregando la orientación necesaria para la realización de la gestión	✔
7	Pronuncia el protocolo de pre-cierre de llamada, ¿Hay algo más en lo que pueda ayudarle?.	✔
8	Plantea o no otra consulta.	Cliente, usuario interno o público en general
9	Resuelve nueva consulta.	Cliente, usuario interno o público en general
10	Pronuncia protocolo de cierre diciendo: "Fue un gusto servirle, que tenga un buen día".	✔





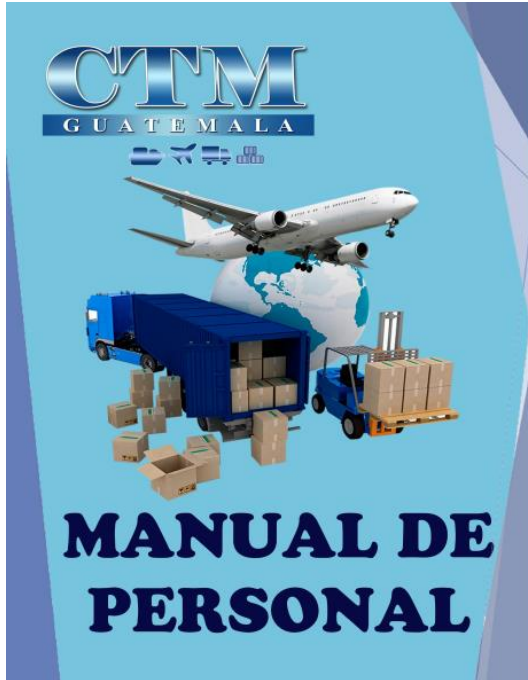
PROCESAMIENTO DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y PÚBLICO EN GENERAL

NARRATIVA		
NO.	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Ingresa el cliente.	Cliente.
2	Practica protocolo de bienvenida: "Buenos días/tardes. ¿en que puedo ayudarle?".	Recepción y/o profesional de atención.
3	Expone su consulta.	Cliente.
4	Escucha atentamente la consulta planteada.	Recepción y/o profesional de atención.
5	Verifica datos del cliente y consulta información requerida.	
6	Imprime información escrita, si la hay, sobre la consulta planteada por el cliente (cuando éste la solicite en forma impresa). Si hay boletines o documentos previamente impresos indicar al cliente que puede tomar el que corresponda a su solicitud.	
7	Explica, claramente, la información requerida por el cliente.	
8	Practica protocolo de despedida: ¿Hay algo más en lo que pueda ayudarle?.	
9	Realiza o no otra consulta.	Cliente.
10	Resuelve nueva consulta.	Recepción y/o profesional de atención.
11	Finaliza la atención: "Fue un gusto atenderle, que tenga un buen día".	

CTM
G U A T E M A L A



DIAGRAMACIÓN DEL MANUAL DE BIENVENIDA



MANUAL DE PERSONAL DE NUEVO INGRESO
COMPAÑÍA DE TRANSPORTE MARÍTIMO DE GUATEMALA S.A.
CTM GUATEMALA S.A.

Procedimiento General			
Introducción para Personal de Nuevo Ingreso			
CTM GUATEMALA S.A.			

Aprobado por:	Cargo	Fecha	Firma

Revisado por:	Cargo	Fecha	Firma

Encargado	Cargo	Fecha	Firma

Vigente a Partir de: Julio 2017

1

Contenido	4
Bienvenida	4
Objetivos del manual	5
Responsabilidad	5
Alcance	5
Fundamento Estratégico	6
Historia	6
Misión	9
Visión	9
Filosofía	9
Política	9
Objetivo Instruccional	10
Estructura Organizacional	11
Ética y Conducta	12
Valores	12
Responsabilidad	12
Productividad	12
Cooperatividad	12
Desempeño	13
Uso del tiempo	13
Cuidado y uso de los objetos	13
Atención y protocolos	13
Relaciones con el público	14
Salud y seguridad ocupacional	14
Contrato Individual De Trabajo	16
Mobilidades De Los Contratos De Trabajo	16
Formalización De La Contratación	16
Periodo De Prueba	16
Terminación De Los Contratos De Trabajo	17
Indemnización Por Cese De La Relación Laboral	17
Por Despido Sin Causa Justificada, Supresión Del Puesto O Reducción De Personal	17
Retiro Por Incapacidad Para Continuar Con Sus Labores	18
Por Causa De Muerte Del Empleado	18

2

Por Remoción	18
Preaviso	19
Jornadas De Trabajo	20
Jornada Ordinaria De Trabajo	20
Jornadas Especiales	20
Derechos, obligaciones y prohibiciones	21
Derechos	21
Vacaciones	21
Descansos y Licencias	22
Bonificaciones	26
Obligaciones y Prohibiciones	28
Obligaciones	28
Prohibiciones	29
Permisión de Gafete	30
Protocolos de Atención y Servicio	31
Usuario Interno	31
Usuario Externo	31
Compromiso con CTM Guatemala S.A.	33

3

Bienvenida

Con la finalidad de darle a conocer el entorno en el que desarrollará sus funciones y actividades CTM GUATEMALA, S.A. ha elaborado el presente Manual, ya que a partir de este momento forma parte de esta prestigiosa institución.

Estamos seguros que con sus responsabilidad, compromiso y disciplina día a día logrará sus metas y objetivos laborales, a continuación encontrará en este manual una reseña de la historia de la institución, sus fundamentos estratégicos, las principales obligaciones y derechos laborales, así como información de interés que le será de utilidad.

Sea usted bienvenido (a) a Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima.



4

Objetivos del manual

Ser una herramienta de orientación para el trabajador que inicia sus labores en la Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima.

Responsabilidad

Es responsabilidad del Jefe del área incorporar nuevo personal al proporcionar el presente manual y documentación que corresponda al personal administrativo y técnico de primer ingreso.



Alcance

Se proporciona a todo aquel personal que ingresa a laborar para Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima.

5

Fundamento Estratégico

Historia



Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima o CTM Guatemala, S.A., situada en la Ciudad de Guatemala (Centro América), es una sociedad de logística dedicada desde 1995 al transporte internacional de carga en lo que corresponde exportación y exportación hacia y desde cualquier parte del mundo, siendo parte de CTM TEAM WORLD WIDE el cual permite ofrecer un servicio logístico con cobertura global tiene su casa matriz en Sesto Livorno, Italia.

Es un operador logístico de transporte internacional, con base en ciudad Guatemala, la casa matriz se encuentra en Livorno, Italia fundada en 1982. Ha logrado una excelente reputación tanto en Italia y Guatemala como en el extranjero por ser una compañía líder en servicios marítimos y aéreos, con una red de oficinas propias en el mundo y agentes altamente calificados.

Con una experiencia de más de 20 años de ser un operador logístico que ofrece servicios integrales de alcance global de primera calidad.

Cada Servicio es proporcionado en colaboración con una intensa red de agentes calificados respondiendo a las necesidades del cliente para asegurar un transporte cuidadoso desde el punto de origen hasta el destino final, ya sea en transporte consolidado (LCL), contenedor completo (FCL), envío aéreo o transporte terrestre.

6

Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima se esfuerza constantemente en mejorar sus servicios con el propósito de ofrecer una excelente atención al cliente, personalizando el servicio con eficiencia, en el trabajo diario efectuado siempre con profesionalismo, lealtad y seriedad.

Ofreciendo soluciones integrales con la debida asesoría técnica garantizando la seguridad y efectividad del transporte eligiendo la compañía de navegación o línea aérea que mejor satisfaga las exigencias del cliente en los términos de salidas, tiempos de tránsito y costos.

Por cada trabajo asignado, empezando con el retiro de la mercadería, formalidades aduanales, la compilación de toda la documentación necesaria para el embarque y la mejor oferta de flete para carga general, mercadería limo-Adr y hasta cargas excepcionales, el servicio empieza con una oferta transparente y completa en cada uno de los aspectos, terminando con la entrega de la carga en destino con la plena satisfacción del cliente, ofreciendo pólizas de seguro contra todo riesgo puerta a puerta con primas competitivas en comparación con el mercado actual, apoyando en una extensa red de Agencias.

Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima, presta los siguientes servicios:

- Logística Internacional
- Fletes Marítimos
- Fletes Aéreos

7

- Fletes Terrestres
- Consolidación de Carga
- Desconsolidación de Carga
- Importaciones Marítimas y Aéreas
- Exportaciones Marítimas y Aéreas
- Manejo de Carga Consolidada Marítimas y Aéreas
- Manejo de Carga con Sobre Dimensión
- Manejo de Contenedores Completos



8



Misión

Brindar soluciones innovadoras de transporte y logística enfocadas en las necesidades de nuestros clientes, apoyándolos en el crecimiento de su empresa durante el proceso, actuando con responsabilidad y ética hacia ellos, socios y proveedores en todo el mundo.

Visión

Ser la red de servicios de transporte y logística que ofrece la mejor conexión entre proveedores, intermediarios y compradores, en el mejor tiempo de tránsito, contribuyendo al mejoramiento continuo de todos los involucrados.

Filosofía

Como proveedor de servicios de logística el personal está comprometido con un objetivo, encontrar la mejor solución de transporte para que su carga llegue a destino de manera segura y a tiempo, sólo de esta manera seremos capaces de establecer los estándares de calidad y servicio alcanzando la meta fijada.

Política

Los mejores servicios en las operaciones comerciales de la IMPORTACIÓN y EXPORTACIÓN, cuyo objetivo es hacer que la proveeduría en una cadena de suministros, sea

9

eficiente, rentable, oportuna, al mejor costo-servicio-beneficio y sin importar la naturaleza del cargamento, su complejidad y su ubicación, a través del más adecuado transporte internacional. Sus modalidades de operación, van más allá de un simple Flete o Transporte, y se dividen en:

- Importaciones Marítimas y aéreas (Europa, Asia Norte, Centro y Sudamérica)
- Exportaciones Marítimas y aéreas
- Despachos aduanales
- Almacenaje y distribución
- Manejo de contenedores completos, carga consolidada y break bulk

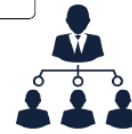
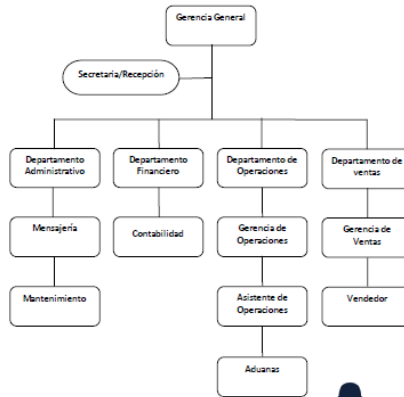
Objetivo Institucional

Ofrecerles a nuestros clientes la combinación de todos los servicios de transporte de carga y logística que se acorde a todas sus necesidades por medio de nuestros servicios combinados de alcance global de primera calidad.



10

Estructura Organizacional



11

Ética y Conducta

Valores

Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala S.A. siempre está en la búsqueda de la excelencia en sus resultados y de forjar relaciones positivas basadas en la confianza. Esta excelencia se refleja al vivir con intensidad los valores de:

Responsabilidad:

Los empleados cumplen con disciplina y oportunamente con todas las funciones con la unidad del trabajo en equipo para la efectividad.



Productividad:

Aprovechan óptimamente todos los recursos asegurando el uso adecuado de los mismos en la obtención de los resultados.

Competitividad:

Los empleados buscan aplicar oportunamente los conocimientos con empeño y capacidad en su realización hasta conseguir los resultados esperados con excelencia.



12

Desempeño

Uso del tiempo

Los empleados tienen la obligación de utilizar el tiempo laboral únicamente para dar cumplimiento a las funciones de su cargo o comisión adoptando criterios de optimización, ahorro y racionalidad.

No promoverán reuniones en horas laborales, que interrumpan el buen desempeño de sus labores o el funcionamiento total o parcial de las oficinas, salvo el caso de reuniones que sean convocadas por la Gerencia General para tratar asuntos oficiales.



Cuidado y uso de los objetos

Cada integrante de la Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala S.A. debe hacer uso responsable de los bienes y objetos de valor, que estén bajo su cargo. Si algo sufre algún percance (robo, daño o pérdida) se debe informar inmediatamente al jefe superior. Los bienes u objetos de valor que la empresa posee o alquila sólo los puede usar con fines oficiales, a menos que sea autorizado para uso personal por el jefe inmediato.



Atención y protocolos

En casos especiales, como seminario, asamblea, eventos o invitaciones, que el empleado participe en representación de la empresa, puede recibir o dar por razones culturales o de protocolos materiales promocionales o presentes, así como atender las invitaciones sociales relacionadas con el evento en el que participa.

13

Relaciones con el público

Los empleados de la Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala S.A. deben ofrecer a sus usuarios un trato cordial, equitativo y de calidad, cuidando siempre con profesionalismo y estricto apego a la legislación y normatividad establecida.



Para su cumplimiento los empleados deben garantizar:

- Las operaciones de los usuarios sean plenamente comprendidas y atendidas en su momento preciso.
- Un servicio accesible y confiable.
- Que las solicitudes y consultas de los usuarios reciban atención y una resolución oportuna.
- La aplicación correcta y confiable de las leyes y políticas que intervienen en sus solicitudes.

Salud y seguridad ocupacional

Los empleados de la Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala S.A. deben promover un ambiente de trabajo seguro y saludable, libre de discriminación o acoso, en el que se puedan cumplir los objetivos tanto individuales como organizacionales. Un buen ambiente CTM debe ser:

- Saludable y brindar seguridad
- Pro-cooperación de personal
- Equitativo y justo.

Durante el tiempo que los empleados estén en el trabajo deben observar y cumplir las normas, reglamentos y procedimientos de seguridad e higiene establecidos para su sitio particular de trabajo. Siendo responsables de informar con prontitud a su jefe si ha sufrido un accidente o un daño relacionado con el trabajo o lo ha sufrido otro funcionario y empleado, y notificar inmediatamente si tiene



14

conocimiento de alguna infracción, acto criminal o negligente o condición riesgosa que afecte la seguridad del mismo.

No se permite fumar, ni consumir sustancias de uso prohibido o bebidas alcohólicas en las instalaciones, en horarios laborales y no laborales.

No se permite observar, guardar, distribuir material pornográfico en equipo propiedad de Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala S.A. en horarios laborales y no laborales.

No se permite que los empleados utilicen el equipo propiedad de la empresa para guardar, distribuir y utilizar en juegos, videos y algún otro tipo de entretenimiento que no sea de interés a la institución, en horarios laborales y no laborales.



15

Contrato Individual De Trabajo



El contrato individual de trabajo es el vínculo económico jurídico mediante el cual el personal queda obligado a ejecutar las funciones propias del puesto para el que fue contratado por Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala S.A., bajo la dependencia continua y dirección inmediata o delegada de CTM, a cambio de una retribución dineraria.

Modalidades De Los Contratos De Trabajo. Los contratos individuales de trabajo podrán ser:

- a) **Por tiempo indefinido:** Es el contrato en el que no se especifica fecha para la terminación de la relación laboral.
- b) **A plazo fijo:** Es el contrato en el que se especifica fecha para su terminación, cuando se ha previsto el acaecimiento de algún hecho o circunstancia, que firmosamente ha de poner término a la relación laboral.

Formalización De La Contratación. Cumplidos los requisitos de ingreso, se formalizará el Contrato Individual de Trabajo en tres (3) ejemplares, uno para cada una de las partes y otro para su registro en el Ministerio de Trabajo y Previsión Social.

Periodo De Prueba. En los contratos de trabajo por tiempo indefinido, se computará como periodo de prueba los dos (2) primeros meses. Durante este periodo, tanto el personal como CTM pueden poner fin al contrato de trabajo, por su propia voluntad, con justa causa o sin ella, sin incurrir en responsabilidad alguna.

Terminación De Los Contratos De Trabajo. La terminación de los contratos de trabajo se da cuando la Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala S.A., el trabajador, o ambos, le ponen fin a la relación laboral, cesando efectivamente, ya sea:

- a) Por voluntad de una de las partes.
- b) Por renuncia de personal, en los casos en que CTM considere necesaria la supresión de puestos, reducción o reorganización de personal.
- c) Por mutuo consentimiento.
- d) Por causa imputable a una de las partes, en cuyo caso, la responsable tendrá que asumir la obligación de pago de indemnización o preaviso, según el caso.
- e) Al cumplirse el periodo, en los contratos a plazo fijo.
- f) Por muerte del empleado, o por incapacidad para continuar con el desempeño de sus labores.



Indemnización Por Cese De La Relación Laboral. Los empleados, tendrán derecho a una indemnización por cese de la relación laboral, en los casos siguientes:

Por Despido Sin Causa Justificada, Supresión Del Puesto O Reducción De Personal. En caso de terminación de la relación de trabajo por despido sin causa justificada,



supresión del puesto o reducción de personal una vez transcurrido el periodo de prueba, el empleado removido tendrá derecho a una indemnización equivalente a un (1) mes de salario por cada año de servicios continuos y si los servicios no alcanzan a un (1) año, en forma proporcional al

plazo trabajado. Para calcular su monto se tomará como base el promedio de salarios devengados por el funcionario o empleado durante los últimos seis (6) meses o el tiempo que haya laborado si no hubiese cumplido los seis (6) meses. Para los efectos del cómputo de servicios continuos, se tomará en cuenta la fecha en que se haya iniciado la relación de trabajo, cualquiera que ésta sea.

Retiro Por Incapacidad Para Continuar Con Sus Labores. En caso de retiro por invalidez permanente del empleado, determinada por el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social que lo incapacite para continuar en el desempeño de las atribuciones de su puesto, tendrá derecho a que la Instrucción le otorgue la indemnización regulada.



Por Causa De Muerte Del Empleado. En caso de muerte del empleado, el pago de la indemnización establecida en este artículo y demás prestaciones laborales correspondientes, deberá efectuarse de manera inmediata y en un sólo pago, y sin necesidad de trámite judicial alguno, a los beneficiarios, conforme el orden de prioridad y porcentajes que consten en la declaración jurada que el trabajador hubiere presentado a la Gerencia General indicando el nombre de sus beneficiarios en caso de fallecimiento.



Por Renuncia. El empleado que renuncie a su cargo, después de transcurrido el periodo de prueba, cualquiera que sea el tiempo de duración de la relación laboral, tendrá derecho a que la Instrucción le otorgue una compensación en dinero equivalente a la indemnización universal (lo correspondiente al bono 14, aguinaldo y vacaciones). Este beneficio quedará en suspenso, si al momento de su renuncia el empleado se

encuentra sometido a un procedimiento disciplinario grave. La Gerencia General dentro de los tres días siguientes a la presentación de la renuncia, emitirá resolución indicando los motivos por los que se suspende el beneficio, y la notificará al interesado.

Preaviso. El empleado que desee dar por concluida su relación laboral transcurrido el periodo de prueba, atendiendo a su propia voluntad y sin justa causa, deberá presentar por escrito su renuncia a la Gerencia General, con dos (2) semanas de anticipación.



Jornadas De Trabajo

Jornada Ordinaria De Trabajo

La jornada ordinaria de trabajo, es la duración de la actividad específica de cada empleado de la Compañía de Transporte Marino de Guatemala S.A., y comprende el tiempo que permanece a sus órdenes, el cual constituye tiempo de trabajo efectivo.

Las jornadas de trabajo serán fijadas por la Gerencia General de conformidad con las disposiciones establecidas en la Constitución Política de la República, atendiendo fundamentalmente las necesidades del servicio.

Los empleados deberán ser puntuales al presentarse a sus labores, permanecer en sus puestos de trabajo y ejecutar sus funciones durante las horas que les correspondan, sin ausentarse, salvo causa justificada, en cuyo caso deberá mediar aviso.

Jornadas Especiales.

Las jornadas especiales son aquellas que contemplan el tiempo que un empleado permanece a los órdenes de la Compañía de Transporte Marino de Guatemala S.A., el cual no necesariamente coincidirá con la jornada ordinaria de trabajo.

proporcional a seis meses, más la bonificación anual proporcional a seis meses, dividido entre ciento ochenta y dos días y medio y multiplicado por el número de días no disfrutados de vacaciones. El cálculo de días no disfrutados se tomará como base veintiocho días corridos por periodo completo (se incluyen los fines de semana no disfrutados); para el periodo que esté transcurriendo, a los días hábiles se le adicionará los fines de semana que correspondan.

Las vacaciones no son acumulables de año en año, con el objeto de disfrutar posteriormente de un periodo de descanso mayor, y únicamente podrán fraccionarse cuando se trate de labores de índole especial que no permitan una ausencia prolongada de quien tiene derecho a ellas. Los empleados, deben gozar efectivamente de las vacaciones. Está prohibida su compensación en dinero, salvo cuando hayan adquirido el derecho a gozarlas y no las hayan disfrutado por cualquiera que sea la causa de terminación de la relación laboral hasta un máximo de tres (3) años.

Descansos y Licencias

Los empleados de la Compañía de Transporte Marino de Guatemala S.A., tendrán derecho a disfrutar del descanso semanal remunerado, después de cada semana ordinaria de trabajo continuo, así como también los días de asueto con goce de salario que la ley establece, entendiéndose implícitamente incluida la remuneración dentro del salario respectivo. Para efectos del presente, la semana ordinaria comprenderá cinco días corridos de trabajo.

Se establecen como días de asueto con goce de salario los siguientes:

- El uno de enero



22

Derechos, obligaciones y prohibiciones

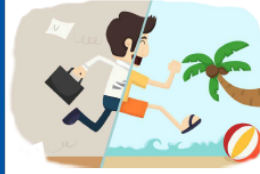
Derechos

Vacaciones

A todos los empleados de la Compañía de Transporte Marino de Guatemala S.A. se les concederán quince días de vacaciones con goce de salario, después de cada año de trabajo continuo, siempre que tenga efectivamente laborados un mínimo de ciento cincuenta días en el año de que se trate. Las vacaciones serán otorgadas a partir de la segunda semana de diciembre hasta el tercer día hábil del mes de enero, al año de haberse cumplido el periodo vacacional anterior, de acuerdo con el programa elaborado por cada jefe inmediato a través de la herramienta que la Gerencia proporcione para el respectivo control.

Para el cálculo del salario que el empleado debe recibir con motivo de sus vacaciones que efectivamente gozará el empleado se deben utilizar el salario ordinario y además remuneraciones de carácter mensual a las que tiene derecho cedan las nóminas afectas, tal y como si la persona estuviera laborando sus jornadas ordinarias.

Para el cálculo del salario que el personal debe recibir con motivo de sus vacaciones al momento de su retiro, debe tomarse la suma de los salarios ordinarios y extraordinarios, más los complementos específicos devengados durante los últimos seis meses, más el aginaldo



21

- El miércoles santo, jueves santo, viernes santo y sábado de gloria
- El uno de mayo
- El diez de mayo para las madres
- El treinta de junio
- El quince de agosto
- El quince de septiembre
- El veinte de octubre
- El uno de noviembre
- El veinticuatro, veinticinco, treinta y uno de diciembre
- Las festividades indígenas autorizadas previamente por la Gerencia General

Las licencias se conceden a los empleados en los casos siguientes:

- Cuando ocurriere el fallecimiento del cónyuge o la persona con la cual el trabajador estuviere legalmente unido de hecho, de sus padres, hijos o hermanos; un plazo de tres días.
- Para atender citaciones judiciales, debiendo presentar la constancia respectiva.
- Cuando contraiga matrimonio por un plazo de cinco días.
- Por nacimiento de un hijo un plazo de dos días.

Descanso prenatal, postnatal y periodo de lactancia.

La madre trabajadora gozará de un descanso durante los treinta días que precedan al parto y los cincuenta y cuatro días siguientes; los días que no pueda disfrutar antes del parto se acumularán para ser disfrutados en la etapa post-parto, de tal manera



23

que la madre trabajadora goce de ochenta y cuatro días efectivos de descanso durante ese periodo. Durante este periodo, la retribución salarial será cubierta por el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social -IGSS-, regando dicho descanso de la manera siguiente:

a) La interesada sólo puede abandonar el trabajo presentando un certificado médico en que conste que el parto se va a producir probablemente dentro de las cinco semanas contadas a partir de la fecha de su expedición o contadas hacia atrás de la fecha aproximada que para el alumbramiento se señale.

b) La trabajadora a quien se haya concedido este descanso, tiene derecho a volver a su puesto, una vez concluido el descanso posterior al parto o, si el respectivo periodo se prolonga conforme lo establece el inciso siguiente, al mismo puesto o a uno equivalente en remuneración que guardé relación con sus aptitudes, capacidad y competencia.

c) Si se trata de aborto no intencional o de parto prematuro no viable, los descansos remunerados que indica el inciso a), se deberán reducir a la mitad, en el caso de que la interesada permanezca ausente de su trabajo un tiempo mayor al concedido a consecuencia de enfermedad, que según certificado médico deba su origen al embarazo o al parto, y que según el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social le incapacite para trabajar, conservará el derecho a las prestaciones que determinan el inciso anterior, durante el plazo que requiera su restablecimiento, siempre que este no exceda de tres meses contados a partir del momento en que dejó sus labores.

d) El pago del salario durante los días de descanso anteriores y posteriores al parto se subordina al reposo de la trabajadora y deberá de suspenderse si el Instituto Guatemalteco



de Seguridad Social o la Inspección General de Trabajo. Comprueba que dicha trabajadora se dedica a otras labores remuneradas.

e) La trabajadora que adopte un menor de edad, tendrá derecho a la licencia de post-parto para que ambos gocen de un periodo de adaptación. En tal caso la licencia se iniciará a partir del día inmediato siguiente a aquel en que se le haga entrega del menor. Para gozar de este derecho, la trabajadora deberá presentar los documentos correspondientes en que se haga constar el trámite de adopción.

Toda trabajadora en época de lactancia puede disponer de media hora dos veces al día durante su jornada laboral con el objeto de alimentar a su hijo. La trabajadora en época de lactancia, podrá acumular las dos medias horas a que tienen derecho y entrar una hora después del inicio de su jornada o salir una hora antes de que su jornada laboral finalice, con el objeto de alimentar a su menor, siendo este tiempo remunerado y tendrá un plazo de 10 meses, los cuales deberán computarse a partir del día que finalice el periodo postnatal, pudiendo mediante certificado médico conocerlo y autorizarlo por la Gerencia General prolongarse hasta por dos meses más.

Salario

A todo el personal se le pagará su salario en forma mensual. No obstante, la modalidad de pago consignada podrá ser modificada por el Gerente General, sin que ello implique un cambio en las condiciones de la relación laboral. Los pagos de los salarios se harán mediante acreditamiento a la cuenta personal del empleado que éste apertura en el banco que la Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala S.A. le designe para el efecto. No obstante, la forma de pago consignada podrá ser modificada.



Los estados de cuenta bancarios, así como las boletas que se emitan, serán los comprobantes de pago para el funcionario o empleado. Si el día que corresponda el pago fuera inhábil, el mismo se hará efectivo el día hábil inmediato anterior.

Bonificaciones

Aguijalido

CTM concederá a todos sus empleados un aguijalido anual equivalente a la suma del salario ordinario devengado en el mes de noviembre del año en que se paga. Si el empleado no tuviere un año de estar trabajando, el aguijalido anual será computado proporcionalmente de acuerdo al tiempo laborado.

Para el cálculo del aguijalido por renuncia o despido, se deberá considerar la suma de los salarios ordinarios (sueldo del puesto, más complemento para calidad profesional, más los complementos específicos) devengados durante el último mes laborado, multiplicado por la proporción del tiempo laborado del uno de diciembre inmediato anterior a la fecha de la finalización de la relación laboral. El aguijalido podrá pagarse en su totalidad durante la primera quincena del mes de diciembre, o en dos partes: el cincuenta por ciento en la primera quincena de diciembre y el cincuenta por ciento restantes en la primera quincena del mes de enero del año siguiente, en función de la disponibilidad financiera.

Bonificación anual

De conformidad con el Decreto 42-92 del Congreso de la República, se concederá a los empleados dentro de la primera quincena del mes de julio de cada año, una bonificación anual equivalente al



promedio de los salarios devengados durante los doce meses anteriores, después de un año de servicios continuos. Si el trabajador no cumpliere con el año de servicio, la bonificación anual será computada proporcionalmente de acuerdo a tiempo laborado.

Para el cálculo de la bonificación anual por renuncia o despido, se deberá considerar la suma de los salarios ordinarios y extraordinarios, más el complemento por calidad profesional, más los complementos específicos, correspondientes a un año, multiplicado por el periodo proporcional laborado a partir del uno de julio inmediato anterior hasta la fecha de la finalización de la relación laboral.



Obligaciones y Prohibiciones

Obligaciones

Son obligaciones de los empleados sus reglamentos, políticas y procedimientos internos, leyes de previsión social y supletoriamente las contenidas en el Código de Trabajo.

Además de las obligaciones establecidas en el párrafo anterior, se establecen las siguientes:

- Respetar a los demás empleados, demostrando cortesía y espíritu de colaboración.
- Dar aviso por escrito a la Gerencia, cuando cambie cualquier de los datos consignados en las herramientas vigentes de registro de personal de la Institución.
- Cumplir con las medidas de higiene y de seguridad establecidas en la normativa interna y esquema que tenga relación con las actividades que desempeñan en su lugar de trabajo.
- Prestar el auxilio necesario cuando un compañero de trabajo sufra alguna indisposición o un accidente dentro de la jornada laboral y dar aviso al jefe inmediato.
- Avistar al superior inmediato de cualquier anomalía, riesgo o daño que ocasione o pueda ocasionar, visitantes, funcionarios, empleados, bienes e instalaciones.
- Denunciar ante la autoridad competente, las infracciones disciplinarias presentemente cometidas por otros empleados.
- Atender con cortesía a las personas que tengan relación con la Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala S.A.
- Proceder con discreción en el desempeño de sus obligaciones, guardando reserva en los asuntos en que intervengan o conozcan, con



25

la finalidad de guardar la confidencialidad de la información a la que tenga acceso por el desempeño de sus funciones.

- Elaborar los reportes de sus labores cuando se le solicite y apoyar las gestiones de actualización de manuales y procedimientos necesarios para el óptimo desempeño de los equipos de trabajo.
- Someterse a las pruebas psicométricas, psicológicas, de veracidad, de idoneidad, de competencia o de otra índole que sean necesarias, y presentar los documentos o constancias que la misma le requiera.
- Obedecer las órdenes o instrucciones de un superior, emitidas en el ejercicio de sus competencias, referidas a funciones o tareas propias del puesto de trabajo del empleado, salvo que sean manifiestamente ilegales.
- Cumplir con la jornada laboral establecida en el contrato de trabajo o definida para el puesto que ocupa.

Prohibiciones

A los empleados les son aplicables las prohibiciones contenidas sus reglamentos, políticas, procedimientos internos y manuales, así como las establecidas en el Código de Trabajo.

Además de las prohibiciones establecidas en el párrafo anterior, se establecen las siguientes:

- Portar armas de cualquier clase dentro de las oficinas, salvo los casos debidamente autorizados.
- Extraer bienes y documentos, sin autorización de la autoridad competente.



29

- Realizar actividades que no sean propias de sus funciones, dentro de las horas de labores; salvo nombramientos de apoyo extendidos por la Gerencia General.
- Perpetrar actos que impliquen injuria, calumnias o vías de hecho contra los empleados.
- Causar daños por descuido, negligencia o intencionalmente a otras personas, a los equipos o bienes.

Portación de Gafete

El empleado tendrá que portar los medios de identificación oficiales que permitan a terceros distinguirlos como personal de la Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala S.A. por lo que deberá:

- Portar el gafete en un lugar visible durante su jornada laboral.
- Vigilar que únicamente personal autorizado tenga acceso a las instalaciones de CTM Guatemala S.A.
- No prestar su gafete ni albarán.
- Realizar actos o conductas que desvirtúen la imagen de la institución mientras se encuentre en servicio o portando el gafete de la misma.

30

Protocolos de Atención y Servicio

Usuario Interno

El cliente interno es el elemento dentro de la empresa, que toma el resultado o producto de un proceso como recurso para realizar su propio proceso. Después, entregará su resultado a otro trabajador de la empresa para continuar con el proceso hasta acabarlo y ponerlo a venta, y lo adquiere el cliente externo. Por lo que, cada trabajador es cliente y a su vez proveedor dentro de la empresa.

Usuario Externo

El cliente externo es la persona que no pertenece a la empresa y solicita satisfacer una necesidad (bien o servicio).

Estos se pueden clasificar en tipos de Clientes

- Clientes leales: son la base de la empresa ya que generan hasta un 50% de los ingresos.
- Clientes especializados en descuentos: son compradores regulares de acuerdo al grado de descuento que la empresa ofrece.
- Clientes impulsivos: se guían por sus impulsos, no se van de la tienda sin dejar de comprar algo.
- Clientes basados en las necesidades: tienen una necesidad y buscan un producto porque lo necesitan.
- Clientes errantes: no tienen alguna necesidad cuando entran al negocio, lo hacen de manera esporádica.



31

El empleado de la Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala S.A. ofrecerá a los clientes y usuarios un trato cordial, equitativo con calidad y espíritu de servicio, actuando siempre con estricto apego a la normatividad establecida, debiendo:

- Atender y orientar con cortesía, eficiencia y eficacia a los clientes en sus requerimientos de forma clara y oportuna.
- Asegurar la continuidad y la calidad de los servicios que se ofrecen a los clientes.
- Ser tolerante en todo momento con el cliente con respeto ante circunstancias normales y adversas.
- Atender a las necesidades y requerimientos que el cliente demande de manera respetuosa, cordial, imparcial, oportuna, eficiente y eficaz.
- No proporcionar el servicio discrecional o preferencial al cliente.
- No obstaculizar o retrasar el trámite o servicio por condición económica, condición social, capacidades, sexo, raza, preferencia sexual, religiosa, forma de vestir o de manifestarse.
- No deben pretender alcanzar un beneficio personal, económico, laboral o de cualquier otra índole.

32

Compromiso con CTM Guatemala S.A.

Hago constar que he leído el Manual Laboral para los empleados de la compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima y que comprendo en todos sus términos a Misión, Visión, Filosofía, Política, Valores y Estándares de conducta que rigen a la institución. Entiendo que estoy comprometiéndome a cumplir con cada una de sus normativas para así crear un mejor ambiente de trabajo en el cual podemos crecer como personas y profesionales. Manifiesto que estoy en cumplimiento con los estándares de conducta allí establecidos incluyendo a revelación de cualquier conflicto de intereses ya sean actual o potencial.

Lugar y fecha:

Nombre Completo:

Departamento:

Firma:



33



Epesista Denisse Vidal con el Ing. Jorge Vidal en la instalación de la Cartelera Informativa - Julio 2017.



Epesista Denisse Vidal con el Ing. Jorge Vidal en la instalación de los Cuadros de Misión, Visión, Filosofía de CTM Guatemala Sociedad Anónima – Julio 2017.

Detalle de agradecimiento de la familia CTM Guatemala S.A. a la Epesista Denisse Vidal al finalizar la práctica del Ejercicio Profesional Supervisado en sus oficinas – Julio 2017.



APORTES ADICIONALES A LA INSTITUCIÓN
REDISEÑO BANNER EXTERIOR



Banner antiguo en el exterior de los balcones que dan hacia la Plazuela España de CTM Guatemala S.A. – Junio 2017



Colocación en el exterior de los balcones que dan hacia la Plazuela España de Banner con la nueva imagen de CTM Guatemala S.A. – Julio 2017.

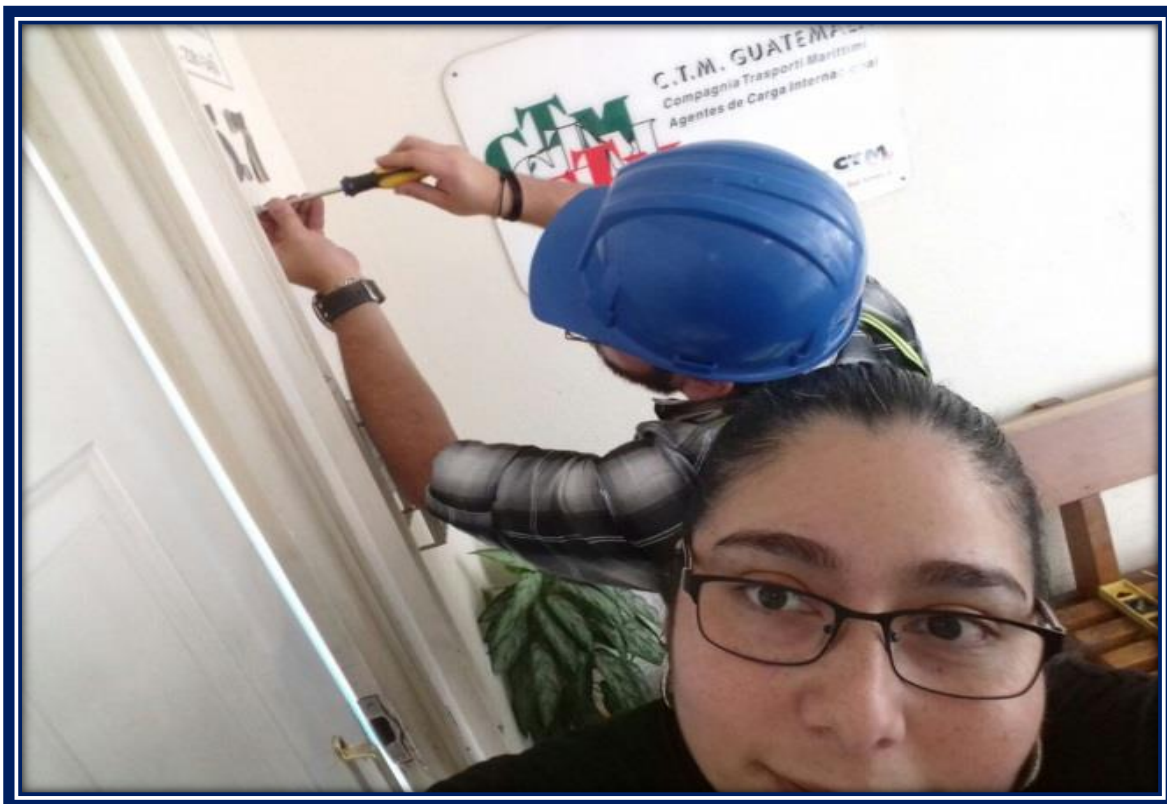


Banner con la nueva imagen de CTM Guatemala S.A. de 2.54 mts * 0.66 mts, colocada en el exterior de los balcones de la oficina que da hacia la Plazuela España. – Julio 2017.

CUADRO EXTERIOR DE IDENTIFICACIÓN EMPRESARIAL



Epesista Denisse Vidal trabajando en el arte del cuadro exterior para identificación de la empresa con el Lic. Marvin Castillo Gerente de Importaciones – junio 2017.



Epesista Denisse Vidal con el Ing. Jorge Vidal en la colocación del cuadro exterior de identificación – Julio 2017.



Ing. Jorge Vidal retirando cuadro de identificación e instalando el nuevo cuadro de identificación en la puerta de ingreso a la oficina – Julio 2017.



Epesista Denisse Vidal entregando el cuadro de identificación exterior al Lic. Marvin Castillo Gerente de Importaciones – Julio 2017.

CUADRO DE CONVERSIONES DEPARTAMENTO DE VENTAS

Convertir Pulgadas a Pies Cúbicos o Metros Cúbicos y a Peso Volumétrico

Se multiplica largo, altura, ancho y se divide dentro de 1728, ejemplo:

Largo 45"	Alto 45"	Ancho 45"
-----------	----------	-----------

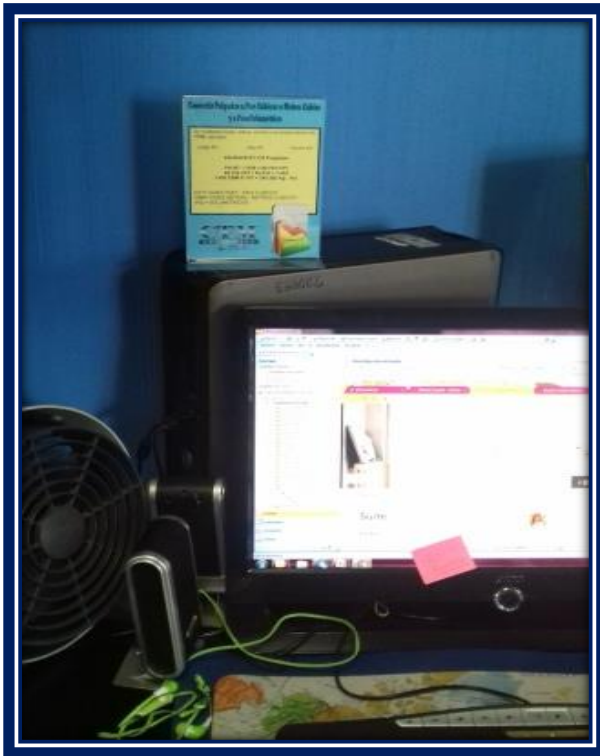

$45 \times 45 \times 45 = 91.125$ Pulgadas

$91.125" / 1728 = 52.734$ CFT

52.734 CFT / $35.314 = 1.493$

1.493 CBM X $167 = 249.380$ Kg. Vol.

CFT= CUBIC FEET - PIES CUBICOS
CBM= CUBIC METERS - METROS CUBICOS
VOL= VOLUMETRICOS



Propuesta gráfica de "cuadro de conversiones" trabajado para el departamento de ventas, colocado en display tipo T de 5x7" para escritorio – Julio 2017.

PRESENTACION EMPRESARIAL PARA CLIENTES DEPARTAMENTO DE VENTAS

**PROBLEMAS
DE LOGÍSTICA
CON SU
MERCANCÍA
A NIVEL
GLOBAL?**



Activar Windows
Vea a Configurador para activar Windows.

CTM

GUATEMALA



Su agencia de carga confiable



Activar Windows
Vea a Configurador para activar Windows.



CTM Guatemala, le brinda las mejores ofertas en Soluciones Integrales y Estratégicas, logrando hacer que sus clientes, sean más competitivos mediante el Manejo Logístico de la Operaciones de sus Mercancías a nivel Global por Aire, Mar y Tierra.

Con las mejores Estrategias diseñadas específicamente para adaptarnos al ritmo de los constantes cambios cubriendo así las necesidades de nuestros clientes con nuestra experiencia en el mundo de la logística internacional



Activar Windows
Vea a Configurador para activar Windows.



Con el objetivo de ofrecerles a nuestros clientes la combinación de todos los servicios de transporte de carga y logística que se acomode a todas sus necesidades por medio de nuestros servicios combinados de alcance global de primera calidad, CTM Guatemala se fundamenta en:

- Misión**
- Visión**
- Filosofía**



Activar Windows
Vea a Configurador para activar Windows.



Servicios en las operaciones comerciales de la **IMPORTACIÓN** y **EXPORTACIÓN**, cuyo objetivo es hacer que la proveeduría en una cadena de suministros, sea eficiente, rentable, oportuna, al mejor costo-servicio-beneficio y sin importar la naturaleza del cargamento, su complejidad y su ubicación; a través del más adecuado transporte internacional.




Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima,
presta los siguientes servicios:

- Logística Internacional
- Fletes Marítimos
- Fletes Aéreos
- Fletes Terrestres
- Consolidación de Carga
- Desconsolidación de Carga
- * Importaciones Marítimas y Aéreas
- * Exportaciones Marítimas y Aéreas
- * Manejo de Carga Consolidada Marítimas y Aéreas
- * Manejo de Carga con Sobre Dimensión
- * Manejo de Contenedores Completos




TARIFAS PROMEDIO GENERALES PARA CARGA CONSOLIDADA Y CONTENEDOR COMPLETO DE ITALIA

LCL/consolidado

Flete marítimo LCL desde Fob Livorno a Ciudad Guatemala almacenadora :
 Flete: Eur 120 x cbm/ton. (min Eur 125)
 Gastos FOB: se cotizan de acuerdo a dirección de proveedor peso y volumen.
 Manejo en destino: Q 1,200

FCL/Contenedor completo

Flete 1x20': Eur 850.00
 Flete 1x40': Eur 1,500.00

**equipos especiales como Open top, Flat Rack, etc se cotizan sobre pedido.





Aura Palencia de Colón
 Jefe Departamento de Ventas

Email
xventas@ctm.com.gt

Teléfonos
 2361-1902 al 05 / 5556-8816

Fax
 2361-3475

Visítanos
 7ma. Avenida 12-23 zona 9 Edificio Etisa
 Plazuela España, 5to. Nivel oficina 5.7






Misión

Brindar acceso a soluciones innovadoras de logística y transporte diseñadas a la medida y necesidades de nuestros clientes, apoyándolos en el crecimiento de su negocio durante el proceso, actuando con responsabilidad hacia nuestros clientes, socios y proveedores en todo el mundo.

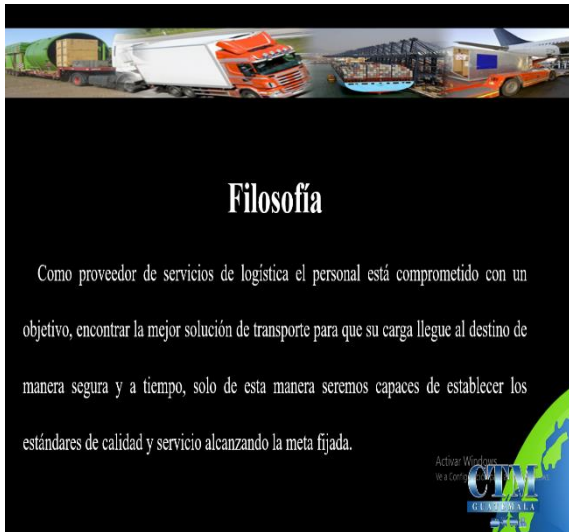
Activar/Workshop
ve a **CTM**
GUATEMALA



Visión

Ser la mejor red de servicios de logística y transporte integrado de "Guatemala", ofreciendo la mejor conexión entre proveedores, intermediarios y compradores, con el mejor y confiable tiempo en el tránsito, manejo de información, seguridad y satisfacción, contribuyendo al mejoramiento de la competitividad y desarrollo de la región.

Activar/Workshop
ve a **CTM**
GUATEMALA



Filosofía

Como proveedor de servicios de logística el personal está comprometido con un objetivo, encontrar la mejor solución de transporte para que su carga llegue al destino de manera segura y a tiempo, solo de esta manera seremos capaces de establecer los estándares de calidad y servicio alcanzando la meta fijada.

Activar/Workshop
ve a **CTM**
GUATEMALA

Modelo de Entrevista



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



EPS
LICENCIATURA

ENTREVISTA

Con el propósito de valorar la comunicación interna de la empresa Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima, que permitirá llevar a cabo un Plan de Comunicación Interna, con el fin de hacer sugerencias que permitan mejorar los aspectos más importantes en la comunicación interna para la institución, garantizando totalmente la confidencialidad de la información brindada. Gracias por su colaboración.

1. ¿Tomando en consideración el funcionamiento de la comunicación interna en la institución entre los diferentes departamentos puede explicar cuáles son sus estrategias actuales de comunicación y si considera que las mismas llenan sus expectativas empresariales?

2. ¿Podría indicar el funcionamiento y las formas de comunicación interna que utilizan actualmente para trasladar la información a sus sub-alternos y si las mismas cumplen al 100% su objetivo?

3. ¿Cuál es el funcionamiento actual del proceso de comunicación a nivel jerárquico en el traslado de la información?

4. ¿Podría Mencionar cuáles son las actividades de integración de personal que realizan actualmente en su departamento y cuáles son los objetivos que proyectan alcanzar con las mismas?

5. ¿Algún aporte que considere para mejorar el proceso de comunicación a nivel interno de la institución y porque lo consideraría importante?

Se realiza una **Entrevista Estructurada**, ya que permite captar información abundante y básica sobre el problema ayudando a fundamentar hipótesis y orientar las estrategias de aplicación.
Rojas (2006)

Transcripción de Entrevistas

Nombre: Lic. Mark Thoma

Puesto: Gerente General

Lugar: Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala

1. ¿Tomando en consideración el funcionamiento de la comunicación interna en la institución entre los diferentes departamentos puede explicar cuáles son sus estrategias actuales de comunicación y si considera que las mismas llenan sus expectativas empresariales?

Actualmente la forma para trasladar la información al personal principalmente utilizo a los gerentes de las áreas porque como usted comprenderá soy una persona muy ocupada y todas las actividades que tengo no me permiten tener el contacto directo todo el tiempo con mis trabajadores como me gustaría hacerlo todo el tiempo por lo que yo me reúno con ellos y ponemos a discusión todos los puntos a tratar como lo son estrategias, propuestas, problemas que existen en el día a día o casos específicos que necesiten alguna atención especial y después los gerentes se encargan de trasladar de la mejor manera la información necesaria a conocer por cada departamento, también en la empresa se utilizan los memos y correos electrónicos para trasladar la información a los empleados.

¿Y dígame considera que este método que utiliza llena sus expectativas trazadas?

Bueno como le digo señorita, a mi parecer funciona bien tal vez no a un 100% pero sobre la marcha se pueden ir arreglando pequeños detalles en cuestión de lo que a la comunicación interna se refiere.

2. ¿Podría indicar el funcionamiento y las formas de comunicación interna que utilizan actualmente para trasladar la información a sus sub-alternos y si las mismas cumplen al 100% su objetivo?

Como le explicaba yo como cabeza me comunico directamente con los gerentes y ellos a su vez le trasladan la información a los empleados ya sea por medio de un correo, memos o en ocasiones realizan reuniones con su personal a cargo para trasladar la información y hasta donde yo sé cuándo algún empleado no se encuentra los mismos compañeros se encargan de hacerle llegar la información.

Ahora en si estas formas de comunicación funcionan le diré que si hasta el momento nos han funcionado con uno que otro distractor por no decirle problema porque realmente a mi parecer no encuentro correcto que la información se traslade en ocasiones a los empleados por sus propios compañeros porque es allí donde se pierde información de vital importancia y se cometen muchos errores pero eso es algo inevitable al menos en los departamentos de ventas e importaciones ya que este personal no se encuentra todo el tiempo en la oficina por el tipo de trabajo que realizan están visitando clientes o solucionando tramites en las almacenadoras o en la aduana.

3. ¿Cuál es el funcionamiento actual del proceso de comunicación a nivel jerárquico en el traslado de la información?

Aquí se utiliza una comunicación de cómo le diré de la gerencia a los empleados (*del tipo descendente indica usted*) si, ese es el funcionamiento del proceso de la comunicación interna porque se traslada la orden de la gerencia general que es donde yo me reúno con los gerentes y estos a su vez se la hacen llegar al resto de los empleados.

4. ¿Podría Mencionar cuáles son las actividades de integración de personal que realizan actualmente en su departamento y cuáles son los objetivos que proyectan alcanzar con las mismas?

Actualmente a nivel general se realizan algunas actividades que cohesionan al grupo tales como celebraciones de cumpleaños, y se capacita al personal en los procesos de importación y exportación que se utilizan diariamente aquí en CTM.

¿Don Mark disculpe y cuáles son los objetivos que se persiguen alcanzar con estas actividades?

Bueno con estas actividades se pretende unificar al grupo para que se conozcan como lo es la celebración de los cumpleaños porque todo el personal sale a comer con los festejados del mes y en ese espacio social tienen la oportunidad de interactuar entre ellos y conocerse mejor fuera del ambiente de la oficina, así como con las actividades de capacitación que se realizan para que los empleados conozcan los procesos que se hacen en la empresa y que puedan ejecutar de una mejor manera su trabajo.

5. ¿Algún aporte que considere para mejorar el proceso de comunicación a nivel interno de la institución y porque lo consideraría importante?

Bueno algo que siempre he considerado es que sería bueno realizar algunas actividades fuera de la oficina que no se traten de trabajo, que se pueda trabajar con los familiares de nuestros empleados para que estos se conozcan mejor, así como también me gustaría que hubiesen algunas capacitaciones de crecimiento personal pero por el tiempo que en muchas ocasiones lo tengo limitado no he podido aterrizar esas ideas.

Nombre: Lic. Marvin Castillo

Puesto: Gerencia de Importaciones

Lugar: Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala

1. ¿Tomando en consideración el funcionamiento de la comunicación interna en la institución entre los diferentes departamentos puede explicar cuáles son sus estrategias actuales de comunicación y si considera que las mismas llenan sus expectativas empresariales?

Pues las estrategias que utilizan en general es el traslado de la información es de mando superior a mandos medios y a subalternos, y pienso que a nivel de los mandos medios la comunicación es más lineal porque hablamos entre nosotros y nos ponemos de acuerdo con las soluciones a los problemas o con la información que se debe trasladar en determinado momento a los empleados a nuestro cargo.

¿Lic. Castillo disculpe y este funcionamiento llena las expectativas de la empresa?

Pues si cumple con su objetivo muchas veces pero como todo proceso tienen sus fallas pero a mi parecer si cumple con las expectativas de la empresa porque se le comunica a los empleados lo que se necesita ya sea por un correo electrónico o por un documento oficial como lo son los memos y en ocasiones cuando el tiempo lo permite en reuniones.

2. ¿Podría indicar el funcionamiento y las formas de comunicación interna que utilizan actualmente para trasladar la información a sus sub-alternos y si las mismas cumplen al 100% su objetivo?

Funcionan básicamente como le explicaba anteriormente los mandos medios nos reunimos con Don Mark y allí se discuten todos los puntos a tratar y ya después nosotros nos reunimos para ver posibles soluciones a los problemas o afinar detalles en

cuestión de la logística de la mercadería si tenemos que hacer alguna propuesta a nivel general pues en la misma reunión se realiza y ya se traslada a la asistente de Don Mark y si se ve la información que se tiene que trasladar a los empleados que en muchas ocasiones nos tenemos que apoyar en que los mismos compañeros para que trasladen alguna información no toda pero es que así como en mi departamento en ocasiones no nos encontramos en la oficina por estar viendo la logística de las aduanas y por esta razón no están presentes en las reuniones que se realizan.

3. ¿Cuál es el funcionamiento actual del proceso de comunicación a nivel jerárquico en el traslado de la información?

Pues el funcionamiento en el proceso de comunicación jerárquico en la empresa es sencillo Don Mark da las ordenes y nosotros las trasladamos a los empleados en ese sentido no será excelente al 100% pero en esa dirección es funcional pero le encuentro un poco de dificultad al momento de que los subalternos se quieran comunicar con los mandos medios no decir con Don Mark y no es que se les dé una imagen hermética hacia sus comentarios pero yo siento que tienen como pena o tal vez miedo de expresar sus ideas para solucionar de una mejor manera los inconvenientes que hay por lo que es allí donde encuentro el problema en la comunicación jerárquica que usted me pregunta.

4. ¿Podría Mencionar cuáles son las actividades de integración de personal que realizan actualmente en su departamento y cuáles son los objetivos que proyectan alcanzar con las mismas?

En mi departamento son muy pocas las actividades de integración que se pueden organizar a parte de las que se realizan a nivel general por falta de tiempo, a nivel general pues se celebra los cumpleaños del mes saliendo a comer todos juntos y las capacitaciones laborales que nos organiza la gerencia que esta misma realiza con el objetivo de mejorar los procesos que se realizan en la oficina.

5. ¿Algún aporte que considere para mejorar el proceso de comunicación a nivel interno de la institución y porque lo consideraría importante?

Bueno sería de mucha ayuda fomentar una especie de cultura de comunicación en la empresa para lograr la integración de todo el personal y lograr el traslado de la información de nuevas formas las cuales ayuden a que la misma sea trasladada por la forma correcta y de manera exacta para evitar los fallos en los procesos y así evitar que sean los mismos empleados los que informen a sus compañeros de las actividades a realizar así la información llegaría como debe de ser todo el tiempo.

Modelo de Encuesta



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



CUESTIONARIO

Le agradeceré favor llenar el siguiente cuestionario, con el propósito de valorar la comunicación interna de la empresa Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima, que permitirá llevar a cabo un Plan de Comunicación Interna, con el fin de hacer sugerencias que permitan mejorar los aspectos más importantes para la institución, garantizando totalmente la confidencialidad y el anonimato de los mismos. Gracias por su colaboración.

INSTRUCCIONES: A continuación se le plantea una serie de preguntas, las cuales en algunos casos deberá responder sólo con una "x" y en otros deberá ampliar su respuesta.

1. Edad: ____ 2. Sexo: ____ 3. Años de laborar en la Unidad: ____

4. Departamento en el que labora: _____

5. ¿Qué herramientas de comunicación utilizan la institución?

6. ¿Considera que estas formas de comunicación son efectivas?

SI _____ NO _____

6.1. ¿Por qué? _____

7. ¿Cuáles considera que son las fortalezas en la comunicación que actualmente se utiliza en la institución?

8. ¿Qué debilidades considera existen en la comunicación interna de la institución?

Los siguientes ítems se presentan con una escala numérica de valor del 1 a 10, tomando en cuenta que 1 es malo y 10 excelente, marque con una X el numeral que considere donde se encuentra su respuesta.

9. ¿Qué calificación le daría a la comunicación que existe con sus compañeros?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

10. ¿Cómo calificaría la comunicación con sus superiores?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

11. ¿Considera que su superior estaría dispuesto a recibir alguna sugerencia de los subalternos?

SI _____ NO _____

12. ¿Se cumple con una línea de jerarquía al momento de trasladar alguna información dentro de la institución?

SI _____ NO _____

13. ¿Conoce la misión, visión y filosofía de la institución?

SI _____ NO _____

14. ¿Se siente parte fundamental de la institución?

SI _____ NO _____

15. ¿Cómo se entera de las actividades que realizan en la institución?

16. ¿Cómo le gustaría enterarse de la información y actividades de la institución?

17. ¿Recibió algún tipo de inducción al iniciar su compromiso laboral con la institución?

SI _____ NO _____

18. Algún comentario que considere importante que pueda aportar una mejoría en la comunicación a nivel interno de la institución:

Gracias por su colaboración.



Vaciado de Encuesta

1	EDAD	30 A 35	36 A 40	41 A MAS
		2	4	3

2	SEXO	FEMENINO	MASCULINO
		4	5

3	AÑOS DE LABORAR	1 A 3	4 A 6	7 A MAS
		1	4	4

4	DEPARTAMENTO	VENTAS	IMPORTACIONES	OPERACIONES
		4	2	3

5	HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN UTILIZAN	REUNIONES	JEFES	MEMOS	COMPAÑEROS
		6	5	3	4

6	LA COMUNICACIÓN ES EFECTIVA	SI	NO
		3	6

6.1	PORQUE?	FALTA COMUNICACIÓN CLARA	HAY AREAS QUE NO SE CUBREN	NO LLEGA AL MISMO TIEMPO LA INFORMACION
		4	3	6

7	FORTALEZAS	TRABAJO EN EQUIPO	MENSAJES CORTOS Y CLAROS	BUENA ACTITUD	NINGUNA
		4	1	4	3

8	DEBILIDADES	INFORMACION INEXACTA	POCA INFORMACION	NO SE UTILIZA LA LINEA JERARQUICA	INTERVIENEN DEMASIADAS PERSONAS
		5	4	2	6

9	COMICACION ENTRE COMPAÑEROS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
					1			3	4		1

10	COMUNICACIÓN SUPERIORES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
				1		2		6			

11	JEFE RECIBE SUGERENCIAS	SI	NO
		7	2

12	JERARQUIA DE COMUNICACIÓN	SI	NO
		6	3

13	MISION VISION FILOSOFIA	SI	NO
		8	1

14	PARTE FUNDAMENTAL DE LA EMPRESA	SI	NO
		7	2

15	COMO SE ENTERA DE ACTIVIDADES	RUMORES	JEFES	COMPAÑEROS	REUNIONES	AL EFECTUARSE
		1	2	3	3	1

16	COMO LE GUSTARIA ENTERARSE	MEMOS	CORREOS	AVISOS EN CARTELERIA	REUNIONES
		2	3	6	4

17	RECIBIO INDUCCION AL INICIO	SI	NO
		8	1

18	ALGUN COMENTARIO QUE CONSIDERE IMPORTANTE	NO CRITICAR	MAS ORGANIZACIÓN	NO REGAÑOS EN PUBLICO	CAPACITACION DE TRABAJO EN EQUIPO
		4	6	3	5



Somos la diferencia en calidad

Guatemala, 15 de Mayo 2017

Licenciada:
Denisse Vidal
Presente

Estimada Licenciada:

Por medio de la presente reciban un cordial saludo, a solicitud de ustedes les envío la información del siguiente material impreso:

Descripción	Cantidad	Precio Total
Encuadernados, Tamaño Carta, impresión interior full color en papel bond, con pasta suave y letras doradas.	12	Q. 480.00
Cuadros de Marco de Madera, Tamaño doble carta, impresión interior full color tamaño 11 x 17 pulg., con paspartu blanco de 1 pulg., tamaño final con paspartu y madera 13 x 20 pulg., exterior vidrio antirreflejante.	4	Q. 2,032.00
Cartelera, Tamaño 34 x 34 pulg., en material acrílico, con vinil adhesivo de 8 pulgadas con publicidad, con 6 espacios tamaño carta y dos tamaño ½ carta, sin instalación.	1	Q. 1,250.00

En espera de sus apreciables órdenes, me suscribo

Atentamente,

Ricardo Itzep
Ejecutivo de Ventas
Cel. 5473-1080
ventas2imp.car@gmail.com

5472-9447 ventasimp.car@gmail.com 5ta. av A 6-43 zona 7



Guatemala, mayo de 2017

Señores

Presente

Atentamente me dirijo a usted para presentarle la siguiente cotización de.

COFFE BREAK O REFACCIONES

A. Sándwich de pollo, café.	Q. 15.00 P/p
B. Sándwich de jamón y queso, café.	Q. 15.00 P/p
C. Sándwich de pollo especial, café.	Q. 17.00 P/p
D. Baguette de pastrami, café.	Q. 20.00 P/p
E. Pan chapata con roasbef, café.	Q. 20.00 P/p
F. Volován y salsa, café	Q. 17.00 P/p
G. Empanada chilena, café.	Q. 15.00 P/p
H. Porción de tacos, café.	Q. 15.00 P/p
I. Pan con pierna, café.	Q. 18.00 P/p
J. Pan con Chile relleno, café.	Q. 18.00 P/p
K. Croissant de jamón y queso, café.	Q. 17.00 P/p
L. Baguette de pollo, café.	Q. 20.00 P/P
M. Baguette de jamón y queso, café.	Q. 20.00 P/P

Incluye servicio desechable,

El servicio de mesero tiene un costo de Q.200.00

Si requiere cristalería tiene un costo adicional de Q.2.50 P/persona

Sin otro particular

LIC. OSCAR SASO PALMA
GERENTE GENERAL



BOQUITAS


<u>A-BOQUITAS TIPICAS</u>	Q.130.00 el ciento
Mini-tacos, garnachitas, enchiladitas, Chilitos rellenos y chuchitos.	
<u>B-BOQUITAS HORNEADAS</u>	Q.130.00 el ciento
Empanaditas, pizzitas, Tartaritas de pollo o jamón Pañuelos, palitos de hojaldre	
<u>C-BOQUITAS DULCES</u>	Q.130.00 el ciento
Fresas con chocolate, Tartaletas de frutas Empanaditas, cocadas Pañuelos, palitos de hojaldre.	
<u>D-BOQUITAS ESPECIALES</u>	Q.175.00 el ciento
Alitas a la barbacoa Pechuguitas a la barbacoa Brochetas de pollo, brochetas de carne, Brochetas mixtas, pechuguitas empanizados, Costillitas a la barbacoa.	
<u>E-BOQUITAS FRIAS QUE INCLUYE</u>	Q.250.00 el ciento
Canapés de queso kraf con pate Canapés de jamón y queso crema, Canapés de queso crema, Cartuchitos de salami, Bolitas de queso kraf Enrollados de jamón con palmito.	
<u>F-BOQUITAS DE LUJO</u>	Q.250.00 el ciento
Brochetas mixtas, (lomito y pollo) Pollo miñón, ciruela con tocino, Camarón empanizado. Salchicha cóctel con tocino	
<u>G-BOQUITAS ESPECIAL PARA VINOS</u>	Q.250.00 el ciento
Quesos variado	
<u>H-BOQUITAS DE JAMON</u>	Q.250.00 el ciento
BOLAS DE QUESO DE ½ LIBRA	Q.110.00 c/una

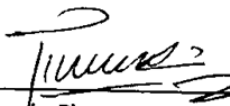


Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Karin Denisse Vidal Archila
 No. Carné y DPI: 200217783
 Jefe o Encargado (a): Lic. Marvin Castillo, Gerente de Importaciones
 Institución o Empresa: Compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima
 Supervisor de EPSL: Lic. Fernando Flores

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 05 / Al: 10	Junio	7	7	7	7	7	5	40 hrs.
2	Del: 12 / Al: 17	Junio	7	7	7	7	7	-	35 hrs.
3	Del: 19 / Al: 24	Junio	7	7	7	7	7	5	40 hrs.
4	Del: 26 / Al: 01	Junio/ Julio	7	7	7	7	-	-	28 hrs.
5	Del: 03 / Al: 08	Julio	7	7	7	7	7	5	40 hrs.
6	Del: 10 / Al: 15	Julio	7	7	7	7	7	-	35 hrs.
7	Del: 17 / Al: 22	Julio	7	7	7	7	7	5	40 hrs.
8	Del: 24 / Al: 28	Julio	7	7	7	7	7	-	35 hrs.
9	Del: 31 / Al: 04	Julio	7	-	-	-	-	-	7 hrs.
10	Del: / Al:	Julio	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									300 hrs.

(f)  GUATEMALA, S.A.
 AV. 12-23 ZONA 9
 EDIFICIO METSA OF 5.75TO NIVEL
 PLAZA ESPAÑA
 TEL. 2361-1902 AL 05 FAX. 2361-3475
 Lic. Marvin Castillo
 Gerente de Importaciones

(f) 
 Lic. Fernando Flores – Supervisor EPSL
