

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



**“PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA  
EN GRUPO DESARROLLADOR HABITAR, SOCIEDAD ANONIMA”**

Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:  
**EVELYN ESTELA SULÍN DÍAZ**

**200120835**

Previo a portar el título de:

LICENCIADO (A) 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 Trijilio

**Representantes Estudiantiles:**

Mario Roberto Barrientos Aldana

Anaite del Rosario Machuca Pérez

**Representante de Egresados:**

MA. Jhonny Michael González Batres

**Secretaria:**

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

**Coordinador de EPS Licenciatura**

Lic. Luis Arturo Pedroza Gaytán

**Supervisores de EPS Licenciatura**

Licda. Sandra Nohemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios



Avenida Reforma Torre Jardín,  
Plaza Corporativa Reforma 6-64 Oficina J-2 Zona 9  
Tel. 23626727-23626730

Guatemala, 16 de octubre 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(a) estudiante(a) epesista **"EVELYN ESTELA SULIN DIAZ"** con número de carné: **"200120835"** 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 **"Área Administrativa"** 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 comunicacional: **"PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA EN GRUPO DESARROLLADOR HABITAR, SOCIEDAD ANONIMA"** entregando el material respectivo y debidamente recibido por: **"GRUPO DESARROLLADOR HABITAR, SOCIEDAD ANONIMA"**

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

*Atentamente,*

---

Lic. Estuardo Arana  
Asistente Financiero



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



Guatemala 18 de octubre de 2017

Estudiante  
Evelyn Estela Sulín Díaz  
200120835  
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 EN GRUPO DESARROLLADOR HABITAR, SOCIEDAD ANÓNIMA**. El citado trabajo cumple los requisitos de rigor del presente programa por lo cual, emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

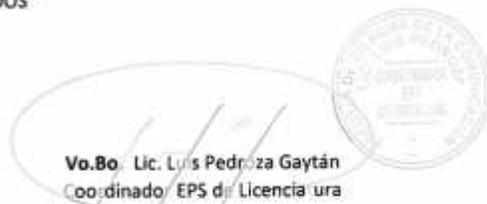
Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la distribución de su trabajo final de EPS de Licenciatura de forma digital en un archivo PDF en 7 CD'S que deberán ser distribuidos en cada una de las instancias siguientes:

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

Sin otro particular,

  
Licda. Sra. Rosalva Noherthi Hernández y Hernández  
Supervisora EPS de Licenciatura

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

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



"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"  
OLVERO 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”**

## DEDICATORIA

**A Dios:** Por la vida y concederme la oportunidad de culminar esta etapa de mi vida.

**A San Judas Tadeo:** Con devoción y fe.

**A mi madre:** Por enseñarme a ser fuerte y trabajar para convertir los sueños en una realidad y por ser mi fuerza para seguir adelante.

**A mi padre:** Domingo López por su amor y cariño.

**A mi tía Tina:** Por darme todos los cuidados desde niña, por su apoyo incondicional cuando más lo necesite, por ser una gran ejemplo de perseverancia y dedicación.

**A mis hermanos:** Vidal, Gladys, Estuardo, Emerson y Tania, con amor.

**A mis sobrinos:** Con cariño,

**En especial a:** mi sobrina, hermana Viviana Sulín, por darme siempre palabras de aliento cuando más las necesite.

**A mi tío:** Alfonso Gaitán por su cariño.

**A todos mis primos:** Con cariño

**En especial a:** Paola y Nery por ser ese apoyo incondicional.

**A mis amigos de universidad:** Por tantos momentos compartidos.

**A mis amigos de trabajos:** Por acompañarme en esta etapa de mi vida.

**En especial a:** Melvin Celis por su gran apoyo.

**A mis amigas de colegio:** Por su cariño incondicional.

**Dedico de manera especial:** A los ángeles que Dios me permite tener en el Cielo los cuales siguen siendo mi fuerza en momentos de angustia.

Tia Catalina Gaitán, Tío Osvaldo Díaz, Papa Chema, Papá Vidal,

Tía Cecilia, Primo Manuel, mi amigo Juan Carlos Girón Coronado.

Flores sobre su tumba **Q.E.P.D.**

## **AGRADECIMIENTOS**

**A la Universidad de San Carlos de Guatemala:** Por abrirme las puertas para entrar al camino del saber, donde logre alcanzar mi meta.

**A la Escuela de Ciencias de la Comunicación:** Por proporcionarme las herramientas durante mi carrera profesional.

**A mi asesora:** Licenciada Sandra Hernández, por la paciencia y dedicación para poder culminar con éxito este proyecto.

**Al Licenciado Luis Pedroza:** Por el apoyo para la realización del EPS de Licenciatura.

**Al Msc Sergio Morataya:** Por la oportunidad brindada en su administración para culminar con éxito esta etapa de mi vida.

**A Grupo Desarrollador Habitar:** Por haberme abierto las puertas para llevar a cabo el proyecto.

**En especial a Licenciado Estuardo Arana:** Por su apoyo incondicional.

**A mis amigos de trabajo:** Melvin, Rosa, Cristian por ser parte de este proyecto y su amistad

**En especial a:** Melvin Celis por siempre estar en la disponibilidad de llevarme a la universidad en su moto, cuando más lo necesite.

## ÍNDICE

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

### CAPÍTULO I

1. <b>DIAGNÓSTICO</b> .....	1
1.1. <b>OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO</b> .....	1
1.1.1. Objetivo General.....	1
1.1.2. Objetivos Específicos .....	1
1.2. <b>LA INSTITUCIÓN – GRUPO DESARROLLADOR HABITAR, SOCIEDAD ANÓNIMA</b> .....	1
1.2.1 Ubicación Geográfica .....	1
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas .....	2
1.2.3. Antecedentes.....	2
1.2.4. Departamentos .....	3
1.2.5. Misión .....	3
1.2.6. Visión .....	3
1.2.7. Objetivos Institucionales .....	4
1.2.8. Público Objetivo .....	4
1.2.9. Organigrama .....	4
1.3. <b>METODOLOGÍA</b> .....	4
1.3.1. Descripción del Método .....	5
1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección.....	5
1.3.3. Cronograma del diagnóstico.....	6
1.4. <b>RECOPIACIÓN DE DATOS</b> .....	7
1.4.1. Gráficas e interpretaciones del resultado de las encuestas.....	7
1.5. <b>RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN</b> .....	21
1.5.1. Fortalezas.....	21

1.5.2. Oportunidades .....	21
1.5.3. Debilidades .....	21
1.5.4. Amenazas .....	21

## **CAPÍTULO II**

<b>2. PLAN DE COMUNICACIÓN .....</b>	<b>22</b>
2.1. <b>ANTECEDENTES COMUNICACIONALES.....</b>	<b>22</b>
2.2. <b>OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN .....</b>	<b>22</b>
2.2.1. Objetivo General.....	22
2.2.2. Objetivos Específicos .....	22
2.3. <b>PÚBLICO OBJETIVO .....</b>	<b>23</b>
2.4. <b>MENSAJE .....</b>	<b>23</b>
2.5. <b>ESTRATEGIAS .....</b>	<b>23</b>
2.6. <b>ACCIONES DE COMUNICACIÓN .....</b>	<b>24</b>

## **CAPÍTULO III**

<b>3. INFORME DE EJECUCIÓN .....</b>	<b>27</b>
3.1. <b>PROYECTO DESARROLLADO .....</b>	<b>27</b>
3.1.1. Financiamiento .....	27
3.1.2 Presupuesto .....	27
3.1.3 Beneficiarios .....	28
3.1.4 Recursos Humanos .....	28
3.1.5 Áreas Geográficas de Acción .....	28
3.2. <b>ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS .....</b>	<b>29</b>
3.3. <b>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....</b>	<b>35</b>
3.4. <b>CONTROL Y SEGUIMIENTO .....</b>	<b>36</b>

<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>37</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>38</b>
<b>GLOSARIO DE TÉRMINOS .....</b>	<b>39</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>43</b>

<b>E GRAFÍA</b> .....	44
<b>ANEXOS</b> .....	45
Modelo de la Encuesta.....	48
Vaciado de la Encuesta .....	49
Listado de acciones .....	54
<b><i>Fichas de registro de horas</i></b> .....	55

## RESUMEN

### **Nombre de la Institución:**

Grupo Desarrollador Habitar, Sociedad Anónima, Departamento del área administrativa

### **Nombre del Proyecto:**

Plan de Comunicación interna para la empresa Grupo Desarrollador Habitar, Sociedad Anónima

### **Objetivos del Proyecto:**

#### **General:**

- ) Presentar un Plan de comunicación interna en la empresa Grupo Desarrollador Habitar, Sociedad Anónima que permita fortalecer el proceso de comunicación.

#### **Específicos:**

- ) Identificar los problemas comunicacionales con que cuenta la empresa Grupo Desarrollador Habitar, Sociedad Anónima.
- ) Mejorar la imagen institucional en Grupo Desarrollador Habitar, Sociedad Anónima.
- ) Fomentar los valores en la empresa Grupo Desarrollador Habitar, Sociedad Anónima.

### **Sinopsis del Proyecto:**

La comunicación hoy en día es la herramienta más importante para alcanzar el éxito en una empresa, la misma permite tener una plataforma para acercar a sus clientes y a sus colaboradores, agilizando procesos, de organización, traslado de información acortando distancias entre las personas y empresa. Para ello se realiza un informe de comunicación que permita determinar

cuál es el nivel de comunicación que se tiene dentro de una empresa, por medio de acciones y estrategias de interacción entre las personas, generando nuevas formas de transmitir los mensajes claves en la empresa. Las estrategias que se detallan buscan mejorar los procesos, por medio de diferentes actividades de interacción entre colaboradores, mismo que surge de la detección de los diferentes problemas encontrados en la empresa Grupo Desarrollador Habitar, Sociedad Anónima.

## INTRODUCCIÓN

Es necesario que los procesos de comunicación en una empresa se encuentren de forma estructurada, ya que con regularidad se pueden presentar fenómenos que afecten la comunicación interna. Por lo que es precisa la búsqueda de soluciones a los problemas que se detecten en la compañía.

La característica principal del siguiente informe es obtener los datos precisos a través de la observación para elaborar un diagnóstico, y con ello buscar soluciones a los problemas encontrados.

En el capítulo I, se describen la empresa, el Foda, la metodología a utilizar, su desglosamiento y los pasos que se realizarán describiendo los instrumentos a utilizar, la observación es fundamental en este capítulo para poder detectar los problemas de comunicación que se trabajaran, la realización de la encuesta que guiaran con base a resultados a la elaboración de las estrategias. Se presenta el cronograma de actividades para llevar un orden y lograr cumplir con las metas propuestas para la finalización del informe.

El capítulo II contiene el plan de comunicación, se describen los objetivos comunicación, el público objetivo, a quienes van dirigidas las estrategias, se describe cada estrategia y se toma en cuenta el presupuesto de las acciones que se ejecutaran.

El Capítulo III Se ejecutan las acciones indicando a que estrategia corresponde, detallando el actuar en cada una de ellas, el material que se utilizó y el objetivo de ellas, que se quiere lograr con la ejecución. Se presentan resultados de las estrategias realizadas con fotografías que respaldan cada estrategia.

## JUSTIFICACION

La comunicación interna dentro de una empresa es fundamental para desempeñar bien sus funciones y cumplir con objetivos planteados, no solo dentro de la empresa o institución sino al público objetivo al que va dirigido. Es necesario que los procesos de comunicación en una empresa se encuentren de forma estructurada, ya que con regularidad se pueden presentar fenómenos que afectan la comunicación interna de una organización.

Es necesario que los procesos de comunicación estén enfocados en búsqueda constante del desarrollo, esto se puede lograr a través de la implementación de procesos de comunicación que busque la interacción entre los integrantes de una empresa.

Los planteamientos de estrategias previas a la observación tienen el fin de poder contribuir a un mejoramiento de la comunicación, cada estrategia tiene el compromiso de cubrir una carencia comunicacional y contribuir al mejoramiento de lo relacionado en comunicación.

Este informe tiene como fin que los trabajadores tengan el conocimiento de la comunicación interna y que aspectos se deben mejorar para mantener un ambiente agradable de trabajo, que motive al a cumplir sus objetivos trazándose nuevas metas y cumpliéndolas según los requerimientos de la empresa.

# CAPÍTULO I

## 1. DIAGNÓSTICO

### 1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

#### 1.1.1. Objetivo General:

- ) Presentar un diagnóstico de comunicación interna.

#### 1.1.2. Objetivos Específicos

- ) Identificar los problemas comunicacionales con que cuenta la empresa Grupo Desarrollador Habitar, Sociedad Anónima.
- ) Analizar la imagen institucional de Grupo Desarrollador Habitar, Sociedad Anónima.
- ) -Determinar el clima laboral y trabajo en equipo en la empresa Grupo Desarrollador Habitar, S.A.

### 1.2. LA INSTITUCIÓN- EMPRESA GRUPO DESARROLLADOR HABITAR, SOCIEDAD ANONIMA.

#### 1.2.1. Ubicación Geográfica

Las oficinas están situadas en Avenida Reforma 6-64 Zona 9 Plaza Corporativa Reforma Oficina J-2 Primer Nivel Torre Jardín, el edificio cumple con el perfil que necesita la empresa para nuestros clientes y proveedores.

El diseño de la oficina es de tipo industrial, cuenta con su recepción, una sala de reunión con televisión para la presentación y venta de nuestros proyectos, cuenta con los departamentos de: Administración, Arquitectura, Diseño, compras, recepción y Contabilidad, no cuenta con oficinas divididas y esto permite que el personal se encuentre en la misma área.

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

Dentro de sus proyectos se encuentran los siguientes complejos de vivienda: Antaria Bellas Luces ha redefinido el mercado inmobiliario Premium, presentando la oportunidad de invertir en una ubicación incomparable. Una comunidad exclusiva rodeada de naturaleza y vistas espectaculares. Tan solo 47 residencias, 5 diferentes modelos con el respaldo de GDH hacen que sea un condominio extraordinario.

Antaria Buena Vista ofrece una comunidad exclusiva rodeada de dos manzanas de naturaleza, tan solo 34 residencias en tres manzanas de terreno, 5 modelos diferentes de diseño contemporáneo con opciones personalizables según las necesidades particulares de cada familia. Diseño de vanguardia y sofisticación en cada detalle, un entorno íntimo que conserva la armonía con la naturaleza.

### **1.2.3. Antecedentes o historia**

Grupo Desarrollador Habitar, Sociedad Anónima, se constituyó el 06 de octubre 2010. Es una Sociedad Anónima, dedicada al diseño, supervisión, consultoría, administración y construcción de obras, Casas, Proyectos inmobiliarios desarrollados por cuenta propia o por contratación con terceros.

#### 1.2.4. Departamentos

Integrantes	No.
Gerente General	1
Departamento Administrativo	3
Departamento Arquitectura	3
Departamento Contable	2
Departamento de Ventas	2
Diseño y acabados	4
Ingeniería	1
Compras	1
Total	16

#### 1.2.5. Misión

Empresa dedicada a desarrollos inmobiliarios, integrada por equipo de profesionales para ejecutar proyectos innovadores, mejorando el estilo de vida de los clientes, y valor a los accionistas y proveedores.

#### 1.2.6. Visión

Ser una de las empresas de desarrollo inmobiliario más reconocida en el mercado guatemalteco, ofreciendo productos diferentes y un servicio diferente.

### **1.2.7. Objetivos institucionales**

- ) Cumplir al 100% las metas establecidas para cada fase de ventas
- ) Cumplir al 100% con las metas de cobro según lo acordado en los documentos de promesas de compra venta firmadas por cada cliente
- ) Cumplir al 100% con las metas de cobro según lo acordado en el formato de aceptación de cambios
- ) Mantener los niveles de cartera vencida por abajo del 5%

### **1.2.8. Público objetivo**

El público objetivo de la institución es externo, ya que los clientes potenciales son de una categoría de nivel alto.

### **1.2.9 Organigrama**

A la fecha no presentan organigrama.

## **1.3. METODOLOGÍA**

Napoleón Chow, (Napoleon, 1997) define la metodología como la estrategia que se sigue en el estudio de algo. En la investigación, la metodología a seguir se basará en el uso de los métodos y técnicas adecuados al objeto de nuestro estudio para utilizar una adecuada estrategia en el tratamiento del tema o problema.

La comunicación que se diagnosticó fue interna ya que se realizó entre los miembros de los distintos departamentos de la organización.

También se investigó los antecedentes de la organización y se utilizaron textos de comunicación Interna para obtener información necesaria para buscar alternativas, lo cual permitirá el fortalecimiento de los procesos internos, así como fomentar entre los empleados el conocimiento de la Misión, Visión y los valores.

### **1.3.1. Descripción del método**

La metodología que se utilizó la descriptiva investigando hechos que se observaron directamente en la empresa Grupo Desarrollador Habitar, comprende la descripción de la organización, registro, análisis e interpretación de los resultados obtenidos.

Se utilizó el enfoque cuantitativo ya que es necesario recolectar los datos numéricos de los objetos para analizarlos mediante procedimientos estadísticos.

### **1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección**

Como dice Ezequiel Ander-Egg, (Ander-Egg, 1979) la observación es la técnica que utilizamos en nuestra vida diaria para adquirir conocimientos; permanentemente observamos, pero rara vez lo hacemos científicamente.

Los instrumentos que utilizados para la medición de la investigación son la observación y encuesta. Felipe Pardiñas, (Pardinas, 1979), indica que la estadística es una disciplina que nos enseña a organizar los datos recogidos para poder analizar características de esos datos y después inferir de las muestras tomadas las características de la población investigada.

### 1.3.3. Cronograma del Diagnostico

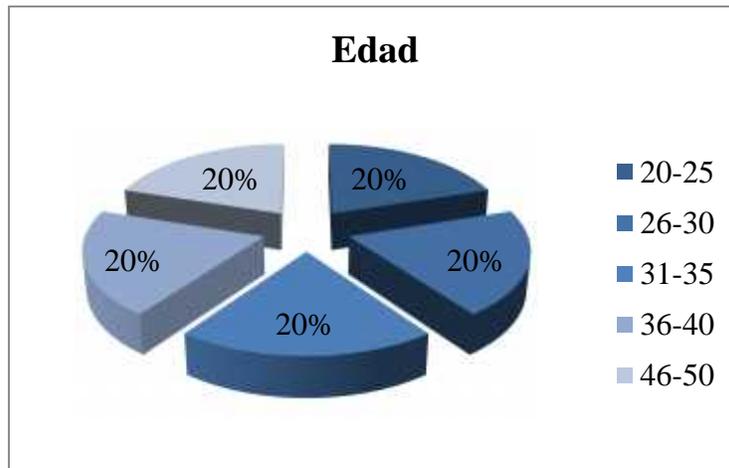
Mes	Enero		Febrero			
	3s	4s	1s	2s	3s	4s
Curso Propedéutico del Diagnostico	■					
Elección de Lugar para EPS	■					
Reunión con Gerente Administrativo		■				
Entrega de formulario para la carta de solicitud de prácticas		■				
Recepción de carta			■			
Entrega de carta solicitud de prácticas a institución			■			
Recepción de carta por parte de la institución			■			
Recopilación de datos de la Institución			■			
Elaboración diseño de encuesta			■			
Revisión de encuestas			■	■		
Reunión con Gerente Administrativo				■		
Reunión con Licenciada Sandra Hernández revisión diagnostico					■	
Inducción a Classroom					■	
Recopilación de datos encuestas y observación					■	
Análisis resultados de encuestas					■	■
Consultas de fuentes bibliográficas					■	■
Presentación de diagnostico						■

Fuente: <http://www.crearcrear.com/como-crear-diagramas-de-gantt-online/>

## 1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

### 1.4.1. Gráficas e interpretaciones del resultado de las encuestas

**Gráfica 1**

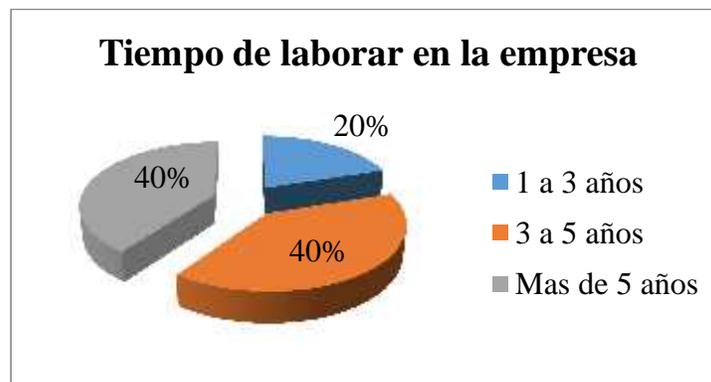


Fuente: Evelyn Estela Sulín Díaz

**Interpretación:**

El resultado de esta pregunta indica que el 20 % se encuentra en el rango de edad de 20 a 25 años. 20 % se encuentra en el rango de edad de 26 a 30, el 20 % se encuentra en el rango de edad de 36 a 40 años y el otro 20 % en el rango de edad de 46 a 50 años.

**Gráfica 2**



Fuente: Evelyn Estela Sulín Díaz

**Interpretación:**

El resultado de esta pregunta mostró que 1 persona que corresponde al 20 % tiene más de 1 a 3 años de trabajar en la empresa Grupo Desarrollador Habitar, S.A. 2 personas que equivalen al 40 % tienen de 3 a 5 años de trabajar en la empresa, 2 personas que equivale otro 40 % tiene más de 5 años de trabajar en la empresa.

**Gráfica 3**

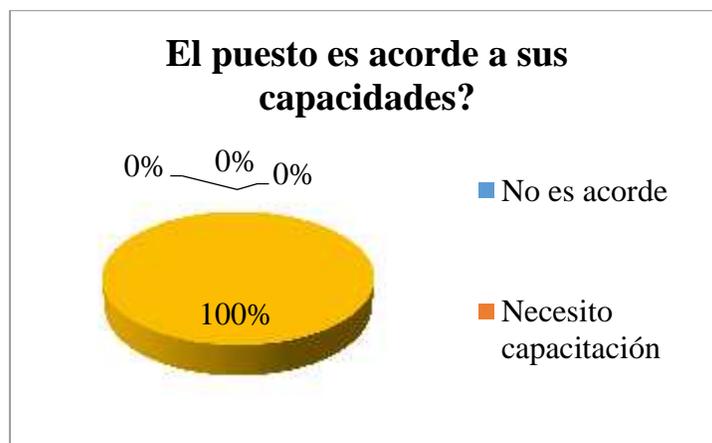


**Fuente: Evelyn Estela Sulín Díaz**

**Interpretación:**

El resultado de esta pregunta mostró que 2 personas que corresponde al 60% se sienten a gusto totalmente con el trabajo que realiza, y 3 personas que corresponden al 40% indica que casi siempre.

**Gráfica 4**



**Fuente: Evelyn Estela Sulín Díaz**

**Interpretación:**

El resultado de esta pregunta mostró que el 100% que equivale a 5 personas tienen un puesto justo a sus capacidades.

**Gráfica 5**

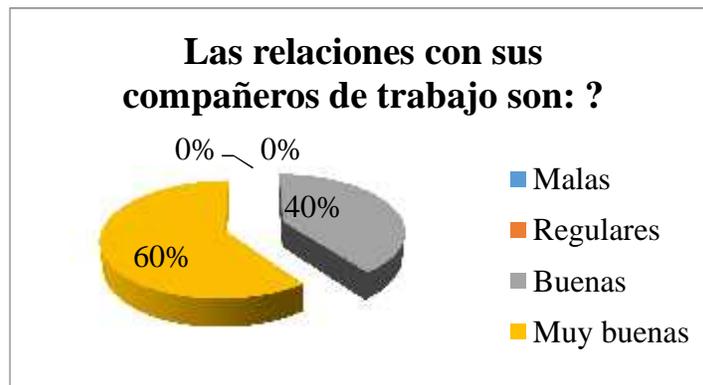


**Fuente: Evelyn Estela Sulín Díaz**

**Interpretación:**

El resultado de esta pregunta mostro que 2 personas siendo el 40% indican que casi siempre cuentan con los materiales y equipos para realizar su trabajo, mientras el otro 60% que equivale a 3 personas indican que siempre.

**Gráfica 6**



**Fuente: Evelyn Estela Sulín Díaz**

**Interpretación:**

El resultado mostró que el 60% que equivale a 3 personas las relaciones con sus compañeros de trabajo son muy buenas y el 40 % que equivale a 2 personas indica que son buenas.

**Gráfica 7**

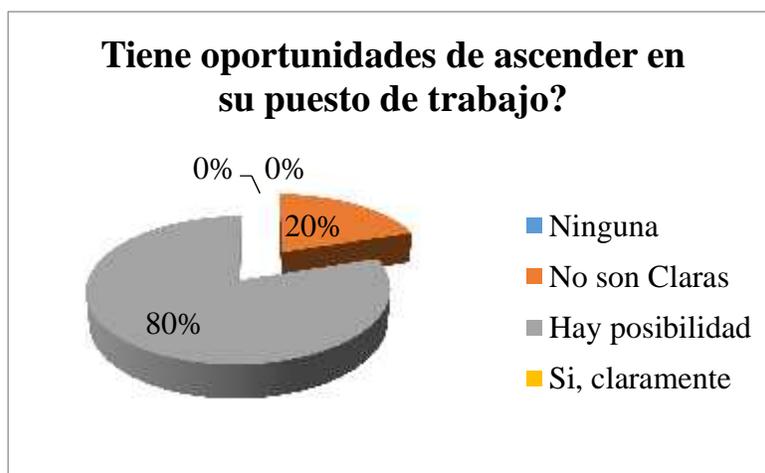


**Fuente: Evelyn Estela Sulín Díaz**

**Interpretación:**

Los resultados obtenidos para esta pregunta nos indican que el 40% que equivale a 2 personas recibe un sueldo satisfactorio, el otro 40% equivale a 2 personas es poco satisfactorio y un 20 % que equivale a 1 persona es muy satisfactorio.

**Gráfica 8**

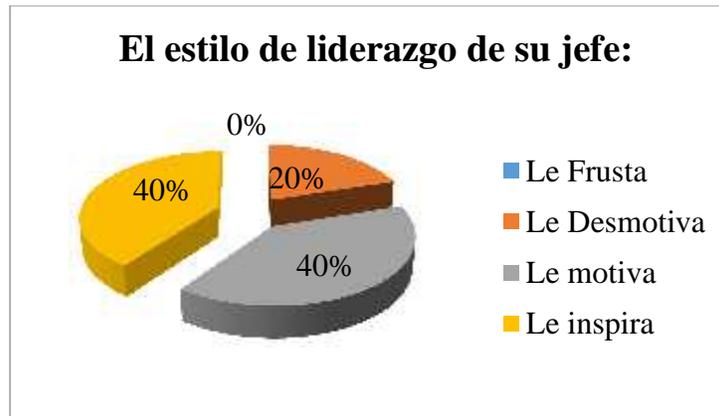


**Fuente: Evelyn Estela Sulín Díaz**

**Interpretación:**

El resultado de esta pregunta muestra que un 80% que equivale a 4 persona indica que hay posibilidades de ascender en su puesto de trabajo mientras que el otro 20% que equivale a 1 persona indica que no son claras las oportunidades.

**Gráfica 9**



**Fuente: Evelyn Estela Sulín Díaz**

**Interpretación:**

El resultado mostro que 2 personas que equivale al 40% indica que el liderazgo de su jefe le motiva, 2 personas que son el 40 % opina que le inspira y 1 persona que representa 20% le desmotiva.

**Gráfica 10**

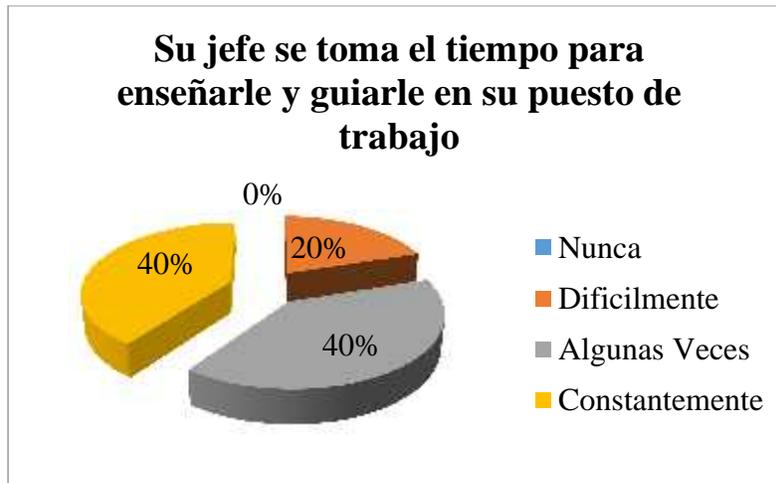


**Fuente: Evelyn Estela Sulín Díaz**

**Interpretación:**

Esta pregunta mostró que 4 personas que representan el 80% coinciden con que el jefe los trata con dignidad y respeto y 1 persona que representa el 20 % casi siempre.

**Gráfica 11**

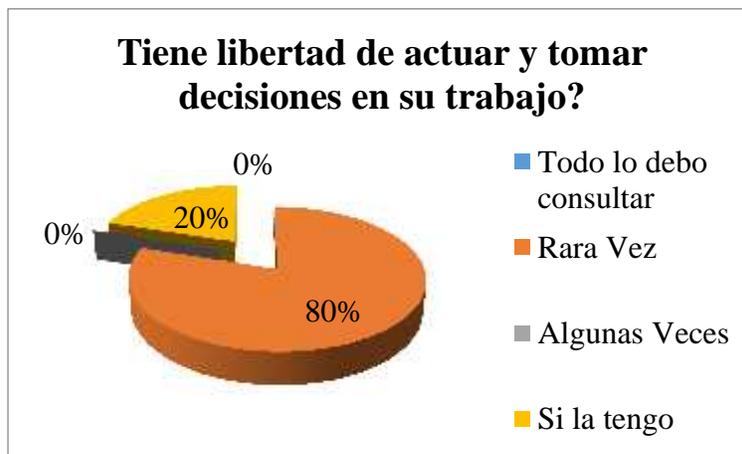


**Fuente: Evelyn Estela Sulín Díaz**

**Interpretación:**

El resultado obtenido de esta pregunta indica que 2 personas que representan el 40% indican que algunas veces el jefe se toma tiempo para guiarle en su trabajo, 2 personas que representan el 40% indican que Constantemente y 1 persona que equivale al 20% indica que difícilmente.

**Gráfica 12**

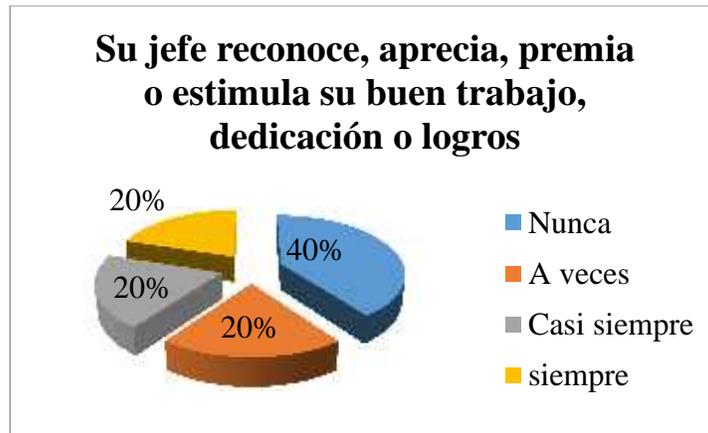


**Fuente: Evelyn Estela Sulín Díaz**

**Interpretación:**

Los resultados obtenidos para esta pregunta muestran que 4 personas que representan el 80% rara vez toman decisiones en su trabajo, y 1 persona que representa el 20% si toma decisiones.

**Gráfica 13**

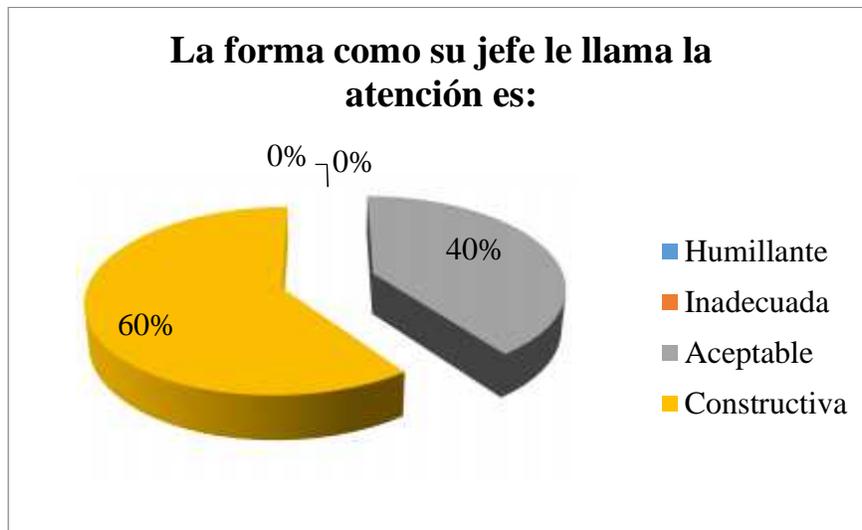


**Fuente: Evelyn Estela Sulín Díaz**

**Interpretación:**

El resultado muestra que 2 personas que equivalen al 40% indican que el jefe nunca reconoce o estimula su buen trabajo, 1 personas que equivale al 20% considera que a veces, 1 persona que equivale al 20% casi siempre, 1 persona que equivale al 20% indica que siempre.

**Gráfica 14**

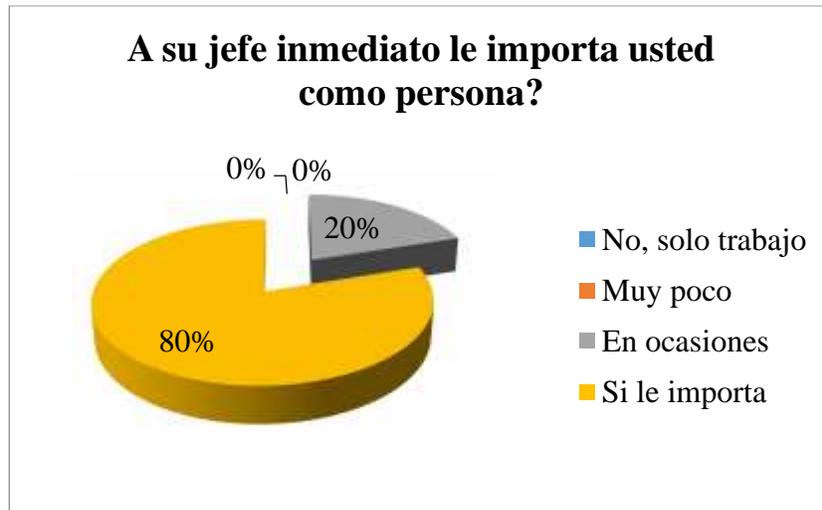


**Fuente: Evelyn Estela Sulín Díaz**

**Interpretación:**

En esta pregunta 4 personas que representan el 60% consideran que la forma en que su jefe le llama la atención es Constructiva, mientras que 1 persona que representa el 40% indica que es aceptable.

**Gráfica 15**



**Fuente: Evelyn Estela Sulín Díaz**

**Interpretación:**

El resultado mostro que 4 personas que representan el 80 % si le importa al jefe como persona, y 1 persona que representa el 20 % indica que en ocasiones.

**Gráfica 16**

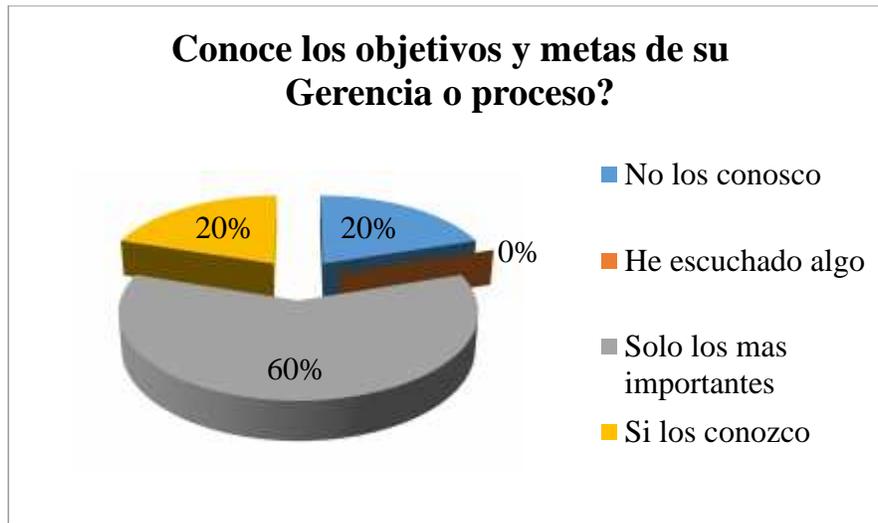


**Fuente: Evelyn Estela Sulín Díaz**

**Interpretación:**

En esta pregunta 4 personas que representan el 80% considera que el liderazgo de su jefe para el puesto que ocupa es muy competente y 1 persona que representa el 20 % indica que es competente.

**Gráfica 17**

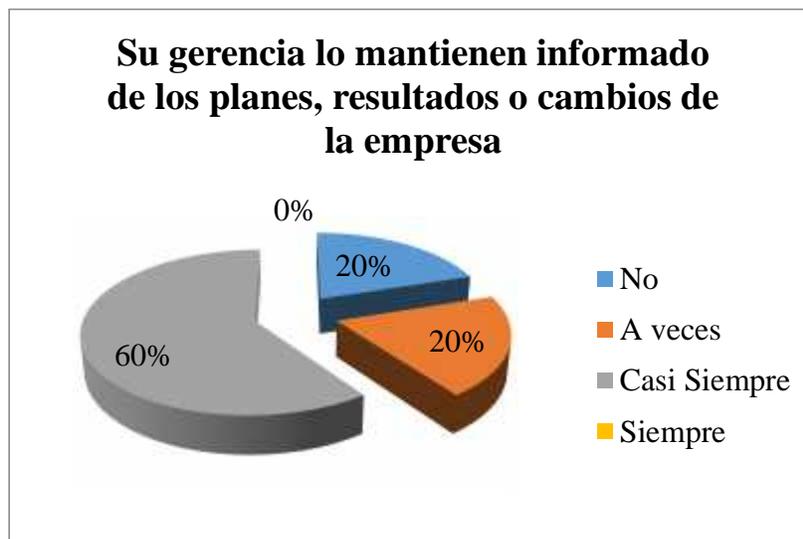


Fuente: Evelyn Estela Sulín Díaz

**Interpretación:**

El resultado de esta pregunta mostró que 3 personas siendo el 60 % indica que son los más importantes, 1 persona siendo el 20% indica que si los conoce y 1 persona siendo el 20% indica que no los conoce.

**Gráfica 18**

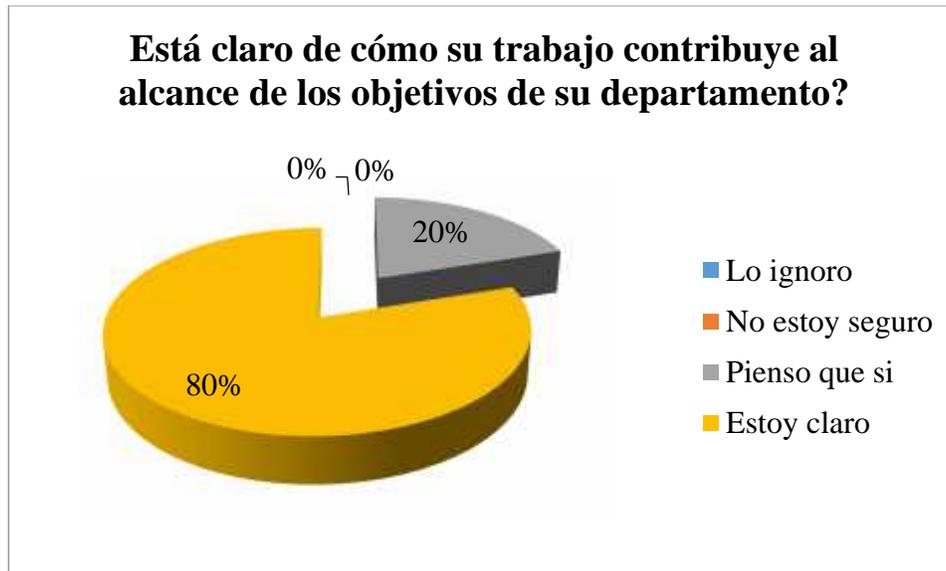


Fuente: Evelyn Estela Sulín Díaz

**Interpretación:**

El resultado en esta pregunta mostró que 3 personas siendo el 60% indican que casi siempre se informa de los planes a través de la gerencia, 1 persona siendo 20% a veces, 1 persona siendo el 20% indica que no lo mantienen informado.

**Gráfica 19**

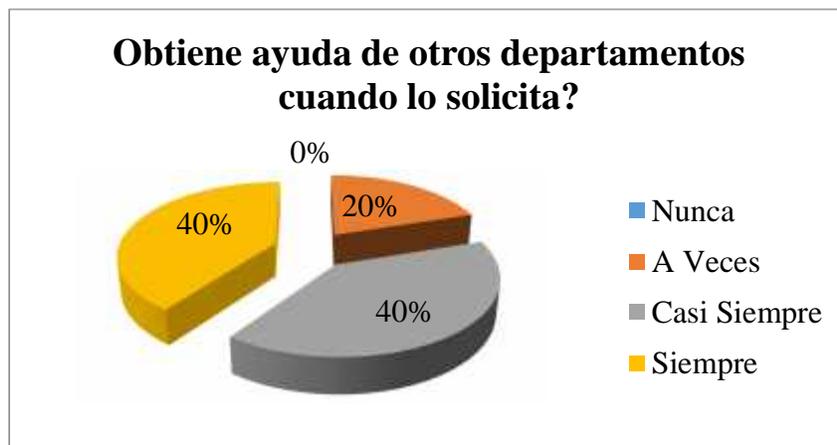


**Fuente: Evelyn Estela Sulín Díaz**

**Interpretación:**

Los resultados obtenidos arrojaron que el 80% equivalente a 4 personas está claro que su trabajo contribuye al alcance de los objetivos y 1 persona que es el 20% piensa que sí.

**Gráfica 20**



**Fuente: Evelyn Estela Sulín Díaz**

**Interpretación:**

El resultado de esta pregunta mostró que el 40% siendo 2 personas indica que casi siempre obtiene ayuda de otros departamentos, el 40% siendo 2 personas indica que siempre y el 20 % equivalente a 1 persona indica que a veces.

**Gráfica 21**



**Fuente: Evelyn Estela Sulín Díaz**

**Interpretación:**

Los resultados obtenidos tras la investigación arrojaron que el 60 % equivalente a 3 personas encuestadas no conocen la Misión y Visión y que el 40 % equivalente a 2 personas indicaron que Si las conocen.

**Gráfica 22**

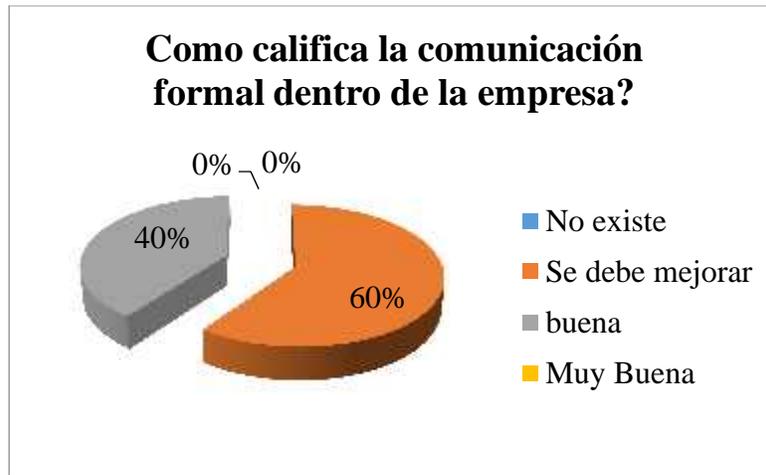


**Fuente: Evelyn Estela Sulín Díaz**

**Interpretación:**

El resultado de esta pregunta mostró que 40% que equivale a 2 personas considera que los principios y valores de la empresa son aplicados por casi todos, 1 persona que equivale al 20 % indica que, por algunas personas, 1 persona que equivale al 20% indica que todos, 1 persona que equivale al 20 % indica que por nadie.

**Gráfica 23**



**Fuente: Evelyn Estela Sulín Díaz**

**Interpretación:**

El resultado de esta pregunta mostró que el 60 % que equivale a 3 personas indica que se debe mejorar la comunicación formal y un 40% equivalente a 2 personas indica que es buena.

**Gráfica 24**



**Fuente: Evelyn Estela Sulín Díaz**

**Interpretación:**

Los resultados obtenidos en esta pregunta arrojan que 4 personas que equivalen al 80% se sienten orgullosos de trabajar en la empresa, mientras que 1 persona que equivale al 20 % considera que casi siempre.

**Gráfica 25**



**Fuente: Evelyn Estela Sulín Díaz**

**Interpretación:**

El resultado de esta pregunta muestra que el 100% equivalente a 5 personas, consideran que siempre lo tratan en la empresa con respeto y sin discriminación.

**Gráfica 26**

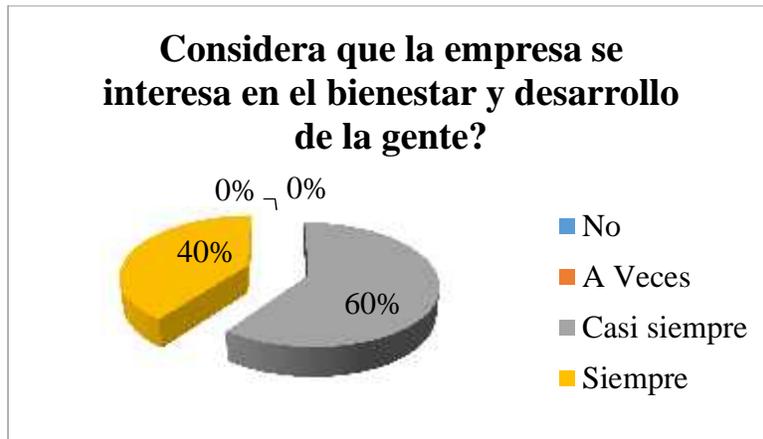


**Fuente: Evelyn Estela Sulín Díaz**

**Interpretación:**

Los resultados de esta pregunta arroja que 2 siendo el 40 % considera que casi siempre la organización incentiva el desempeño de los trabajadores, 1 persona siendo el 20 % indica que a veces, 1 persona siendo el 20 % indica que siempre y 1 persona siendo el 20 % indica que no

**Gráfica 27**



**Fuente: Evelyn Estela Sulín Díaz**

**Interpretación:**

El resultado mostró que 3 personas que siendo el 60 % considera que casi siempre a la empresa le interesa el bienestar de la gente y 2 personas siendo el 40 % indican que siempre.

**Gráfica 28**



**Fuente: Evelyn Estela Sulín Díaz**

**Interpretación:**

Los resultados obtenidos arrojaron que 2 personas que equivalen al 40 % la mayoría asume la responsabilidad de sus trabajos, 2 personas equivalente al 40 % indican que todos asumen responsabilidades de sus trabajos, aunque tengan consecuencias no gratas, 1 persona siendo el 20% india que algunos asumen esa responsabilidad.

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

### **1.5.1. Fortalezas**

- Empresa estable
- Herramientas y equipo adecuados para el área de trabajo
- Buen liderazgo con el equipo de trabajo

### **1.5.2. Oportunidades**

- Mejorar el clima laboral.
- Crear estrategias donde los colaboradores se involucren con el funcionamiento de la empresa.
- Planes de trabajo en conjunto para que se puedan desarrollar los objetivos.
- Capacitaciones individuales constantes
- Motivar al colaborador para que se sienta parte de la empresa.

### **1.5.3 Debilidades**

- Falta mejorar la comunicación interna en la empresa
- Los colaboradores desconocen filosofía empresarial
- No hay procedimientos establecidos y esto hace que las relaciones entre colaboradores sea deficiente.

### **1.5.4 Amenazas**

- Problemas entre colaboradores, personalidades conflictivas hacen que la comunicación y el desarrollo personal dentro de la empresa no sea el adecuado.
- No asumir responsabilidades en su área de trabajo

## **CAPÍTULO II**

### **2. PLAN DE COMUNICACIÓN**

Plan de Comunicación Interna en la empresa Grupo Desarrollador Habitar, Sociedad Anónima

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

La empresa Erikson, Sociedad Anónima elaboro en el año 2012 la publicidad para la empresa Grupo Desarrollador Habitar, S.A. que consistió en carpetas, sobres y hojas con el logo de marca “GDH” Grupo Desarrolladora Habitar, S.A. A la fecha no presenta antecedentes en el área de comunicación.

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

##### **2.2.1 Objetivo General**

Presentar un Plan de comunicación interna en la empresa Grupo Desarrollador Habitar, Sociedad Anónima.

##### **2.2.2 Objetivos específicos**

- ) Elaborar material impreso para mejorar la imagen institucional.
- ) Mejorar el Clima Laboral y el trabajo en equipo.
- ) Renovar materiales de comunicación para que los empleados se sientan identificados con la institución.

### 2.3. PÚBLICO OBJETIVO

Hombres y mujeres con edad comprendida entre los 20 a 50 años de los niveles socioeconómicos social nivel medio.

### 2.4. MENSAJE

**“Si todos ocupamos el tiempo en hacer nuestro trabajo con entusiasmo y atención” lograremos mayores resultados”**. El siguiente mensaje se realiza para que el trabajador se comprometa con cada labor que ejecute. Logrando con ello un ambiente laboral donde se pueda mejorar la productividad empresarial.

### 2.5 ESTRATEGIAS

- ) Mejorar la imagen institucional
- ) Fortalecer la comunicación interna
- ) Mejorar las relaciones públicas
- ) Fomentar la filosofía empresarial.

## 2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN

<b>ACCION 1</b>	
A qué estrategia responde la acción	Mejorar la imagen institucional
Problema	Fomentar valores en la empresa Grupo Desarrollador Habitar, S.A.
Producto	Tasas Impresas
Objetivo Comunicacional	Fortalecer el trabajo en equipo para que los empleados realicen sus atribuciones de mejor manera y con ello la comunicación sea efectiva.
Tipo de mensaje	Inductivo
Público Objetivo	Empleados de los diferentes departamentos y clientes externos.
Medio de difusión	Tasas con logo y cada valor impreso con los colores institucionales.

<b>ACCION 2</b>	
A qué estrategia responde la acción	Fortalecer la comunicación interna
Problema	Falta de comunicación en áreas de oficinas.
Producto	Cartelera informativa
Objetivo Comunicacional	Que los empleados tengan el medio para poder informarse de las actividades dentro y fuera de la empresa.
Tipo de mensaje	Informativo
Público Objetivo	Empleados de la empresa Grupo Desarrollador Habitar, Sociedad Anónima.
Medio de difusión	Cartelera tipo pizarrón de corcho con vitrina en medidas de 60 ms x 80 ms

<b>ACCION 3</b>	
A qué estrategia responde la acción	Mejorar la relaciones publicas
Problema	Imagen débil para el público externo
Producto	Elaboración de Camisas y blusas
Objetivo Comunicacional	Crear imagen corporativa a los clientes y proveedores que visiten la empresa.
Tipo de mensaje	Interno y externo de la empresa
Público Objetivo	Personal interno de la empresa
Medio de difusión	Elaboración de camisas y blusas en tela tipo dacron excell manga corta con bordado de logo tipo 3"x2".

<b>ACCION 4</b>	
A qué estrategia responde la acción	Fomentar la filosofía empresarial.
Problema	Falta de conocimiento de la filosofía empresarial
Producto	Impresión y en marcado de filosofía empresarial
Objetivo Comunicacional	Que el personal identifique la empresa con lo que es y lo que quiere lograr y que permita desarrollar un núcleo de trabajo organizacional.
Tipo de mensaje	Informativo
Público Objetivo	Personal administrativo Interno, Clientes y proveedores.
Medio de difusión	Rótulos en material PVC de 3"m por 18" 12" de ancho.

<b>ACCION 5</b>	
A qué estrategia responde la acción	Relaciones Públicas
Problema	El personal no cuenta con identificadores en la empresa.
Producto	Impresión de Gafetes
Objetivo Comunicacional	Que el personal se identifique en cualquier área por departamento ya sea dentro y fuera de oficina.
Tipo de mensaje	Inductivo
Público Objetivo	Empleados internos
Medio de difusión	Se utilizaran en material de PVC

### **Charlas / Talleres / Capacitaciones**

	<b>Programa de motivación</b>	
<b>Actividad</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Incentivos</b>
Recreativa y grupales	Que la persona indique como se ha logrado asemejar con la empresa y que valor es con el que más se identificó..	Almuerzo

## CAPÍTULO III

### 3. INFORME DE EJECUCION

#### 3.1. PROYECTO DESARROLLADO

“Plan de comunicación Interna para la empresa Grupo Desarrollador Habitar, Sociedad Anónima”

##### 3.1.1. Financiamiento

En un 100% los gastos fueron asumidos por el Epesista

##### 3.1.2. Presupuesto

Cantidad	Detalle	Precio Unitario	Total	Financiamiento
1	Arte rótulos de filosofía empresarial	Q 50.00	Q 50.00	Epesista
2	Impresión de filosofía empresarial en PVC 3mm tamaño 18” 12	Q 35.00	Q 70.00	Epesista
10	Tazas con sublimación personalizada	Q 50.00	Q 500.00	Epesista
1	Elaboración de Cartelera tipo corcho en medidas de 60 de ancho por 80 de largo	Q 885.75	Q 885.75	Epesista
4	Elaboración de camisas y blusas en tela tipo dacron excell manga corta con bordado de logo tipo de 3”x2”	Q 90.00	Q 360.00	Epesista
5	Elaboración de gafetes en material pvc	Q 25.00	Q 125.00	Epesista
5	Almuerzo administrativo	Q 50.00	Q 250.00	Epesista
1	Asesoría Comunicacional	Q 12,000.00	Q 12,000.00	Epesista
	<b>TOTAL</b>		Q 14,240.75	

### 3.1.3 Beneficiarios

<b>Beneficiarios</b>	<b>Beneficio</b>
Beneficiarios primarios Trabajadores de empresa Grupo Desarrollador Habitar, Sociedad Anónima.	El beneficio principal está dirigido a este grupo, de manera que puedan mejorar las distintas actividades dentro de su área de trabajo.
Beneficiarios secundarios Gerencia Administrativa	El beneficio secundario se dirige a: Gerente General: Para mejorar el clima laboral y con ello fortalecer la comunicación interna y externa.

### 3.1.4. Recursos Humanos

<b>Personal</b>	<b>Cargo</b>	<b>Actividad</b>
Licenciado Estuardo Arana	Asistente Financiero	Supervisión de las actividades a realizar durante la práctica profesional.

### 3.1.5. Área geográfica de Acción

Empresa Grupo Desarrollado Habitar, Sociedad Anónima,  
Avenida Reforma 6-64 Zona 9 Oficina J-2 primer nivel Plaza Corporativa Reforma.

### 3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

**Estrategia:**

Mejorar la imagen institucional

**Objetivo Comunicacional:**

Fortalecer el trabajo en equipo para que los empleados realicen sus atribuciones de mejor manera y con ello la comunicación sea efectiva.

**Descripción:**

Se fomentaron los valores en la empresa Grupo Desarrollador Habitar, S.A.

**Acciones desarrolladas:**

- a. Acción 1 (Se realizó arte)
- b. Acción 2 (Se imprimió logo en tazas con el valor representativo utilizando los colores institucionales)



*Epesista Evelyn Estela Sulín Díaz en entrega de tazas valores representativos, a personal de oficina Grupo Desarrollador Habitar, S.A. Epesista- Julio 2017*

**Estrategia:**

Fortalecer la comunicación interna

**Objetivo Comunicacional:**

Que los empleados tengan el medio para poder informarse de las actividades dentro y fuera de la empresa.

**Descripción:**

Se fortaleció la comunicación interna en los diferentes departamentos.

**Acciones desarrolladas:**

- a. Acción 1 (Se instaló una cartelera informativa, tipo pizarrón de corcho en medidas de 60 ms x 80 ms para fortalecer la comunicación interna).



*Epesista Evelyn Estela Sulín Díaz, en entrega oficial al supervisor, Licenciado Estuardo Arana, cartelera informativa. -Julio 2017*

**Estrategia:**

Mejorar las Relaciones Públicas

**Objetivo Comunicacional:**

Crear imagen corporativa a los clientes y proveedores que visiten la empresa.

**Descripción:**

Se mejoró la imagen institucional

**Acciones desarrolladas:**

- a. Acción 1 (Rediseño el logotipo institucional)
- b. Acción 2 (Elaboración de blusas y camisas en tela tipo dacron excell manga corta con bordado de logo tipo 3"x2").



*Epesista Evelyn Estela Sulín Díaz, en reunión con personal de la empresa, utilizando el nuevo uniforme. Julio 2017*

**Estrategia:**

Fomentar la filosofía empresarial

**Objetivo Comunicacional:**

Que el personal identifique la empresa con lo que es y lo que quiere lograr y que permita desarrollar un núcleo de trabajo organizacional

**Descripción:**

El personal no observo en un lugar visible la filosofía empresarial.

**Acciones desarrolladas:**

- a. Acción 1 (Elaboración de arte)
- b. Acción 2 (Impresión de rótulos en material PVC de 3"m por 18" 12" de ancho.



*Epesista Evelyn Estela Sulín Díaz en entrega oficial, a supervisor Licenciado Estuardo Arana Filosofía empresarial Misión.*



*Epesista Evelyn Estela Sulín Díaz en entrega oficial, a supervisor Licenciado Estuardo Arana Filosofía empresarial Visión.*

**Estrategia:**

Relaciones Públicas

**Objetivo Comunicacional:**

Que el personal genere un vínculo entre la organización dentro y fuera de oficina.

**Descripción:**

Se realizó la identificación del personal de oficinas administrativas

**Acciones desarrolladas:**

- a. Acción 1 (elaboración de arte)
- b. Acción 2 (Impresión de gafetes en material de pvc)



*Epesista Evelyn Estela Sulín Díaz en entrega de identificación para trabajadores.  
Julio 2017*

**Estrategia:**

Mejorar las Relaciones públicas

**Objetivo Comunicacional:**

Mantener un clima laboral permanente favorable

**Descripción:**

Acciones desarrolladas:

- a. Acción 1 (se realizó almuerzo ejecutivo)



*Epesista Evelyn Estela Sulín Díaz en actividad almuerzo con personal de oficina. Julio 2017*



*Epesista Evelyn Estela Sulín Díaz en actividad almuerzo con Supervisor Licenciado Estuardo Arana. Julio 2017*

### 3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Mes	Junio				Julio			
	1s	2s	3s	4s	1s	2s	3s	4s
Reunión personal de oficina	■							
Impresión de Misión y Visión		■						
Impresión de Valores			■					
Colocación de cartelera				■				
Imagen Corporativa					■	■		
Actividad de relaciones públicas.							■	■

Fuente: <http://www.crearcrear.com/como-crear-diagramas-de-gantt-online/>

### 3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO

Estrategia	Indicadores cuantitativos (Participación)	Indicadores cualitativos (Participación)
Mejorar la imagen institucional	El 100% de los trabajadores	Ayudó a crear identidad
Fortalecer la comunicación interna	El 100% de los trabajadores	Ayudó a mejorar la comunicación interna
Mejorar las relaciones Publicas	El 100% de los trabajadores	Ayudó a crear imagen como empresa
Fomentar la filosofía empresarial	El 100% de los trabajadores	Ayudó a que cada colaborador cumpla con el objetivo y como lograrlo
Relaciones Publicas	El 100% de los trabajadores	Ayudó a identificar a cada colaborador con su puesto de trabajo

## CONCLUSIONES

- ) Toda estrategia propuesta para mejorar la comunicación interna en la empresa Grupo Desarrollador Habitar, Sociedad Anónima fue de gran aporte, ya que el proceso de implementación fue aceptado por todos los colaboradores y gerentes de la empresa.
  
- ) La ejecución de las diferentes estrategias, fue de gran aporte para mejorar el clima laboral, ya que con ello se logró que el empleado se identificara con los valores para ponerlos en práctica.
  
- ) Es de vital importancia que el empleado esté involucrado en las actividades que la empresa desarrolla y con ello lograr fomentar los valores y trabajo el equipo.

## RECOMENDACIONES

- ) Se recomienda a la empresa Grupo Desarrollador Habitar, Sociedad Anónima, continúe brindando oportunidad a epesistas, para que puedan implementar estrategias de comunicación y con ello lograr su ejecución.
- ) Que sigan fortaleciendo el trabajo en equipo para que los empleados realicen sus atribuciones de mejor manera y con ello la comunicación sea efectiva.
- ) Es necesario que sigan fomentando los valores en la empresa, para que se siga fortaleciendo la comunicación interna, y que los empleados tengan el medio para poder informarse de las actividades dentro y fuera de la empresa.
- ) Que las relaciones publicas se sigan fortaleciendo para mejorar y generar un vínculo entre la organización dentro y fuera de oficina.

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

- J **Accionistas:** Persona física o jurídica que posee una o más acciones de una sociedad o empresa. Ser titular de las acciones de una empresa otorga la condición de propietario y socio.
- J **Beneficiarios:** Que recibe un beneficio. *adj./s. derecho*  
Se aplica a la persona que recibe el beneficio en un contrato o donación.
- J **Clima Laboral:** Conjunto de cualidades, atributos o propiedades relativamente permanentes de un ambiente de trabajo concreto que son percibidas, sentidas o experimentadas por las personas que componen la organización empresarial y que influyen sobre su conducta
- J **Colaborador:** Persona que trabaja con otras en la realización de una tarea común.
- J **Comunicación Externa:** Se define como el conjunto de operaciones de comunicación destinadas a los públicos externos de una empresa o institución, es decir, tanto al gran público, directamente o a través de los periodistas, como a sus proveedores, accionistas, a los poderes públicos y administraciones locales y regionales, a organizaciones internacionales.
- J **Comunicación Interna:** comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido.
- J **Comunidad:** Conjunto de las personas de un pueblo, región o nación.
- J **Cooperación:** Es el resultado de una estrategia aplicada al objetivo (lo que se quiere lograr) desarrollado por grupos de personas o instituciones que comparten un mismo interés u objetivo.
- J **Diagnóstico:** El diagnóstico (del griego *diagnostikós*, a su vez del prefijo *día-*, "a través", y *gnosis*, "conocimiento" o "apto para conocer") alude, en general, al análisis que se realiza para determinar cualquier situación y cuáles son las tendencias. Esta determinación se realiza sobre la base de datos y hechos

recogidos y ordenados sistemáticamente, que permiten juzgar mejor qué es lo que está pasando.

- J **Ejecución:** Realización de una acción, especialmente en cumplimiento de un proyecto, un encargo o una orden.
- J **Empresa:** Es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los factores productivos (trabajo, tierra y capital).
- J **Encuesta:** Serie de preguntas que se hace a muchas personas para reunir datos o para detectar la opinión pública sobre un asunto determinado. "encuesta electoral; una encuesta para hacer el censo"
- J **Estructura:**  
Disposición o modo de estar relacionadas las distintas partes de un conjunto
- J **Gráficas:** Es un tipo de representación de datos, generalmente numéricos, mediante recursos gráficos (líneas, vectores, superficies o símbolos), para que se manifieste visualmente la relación matemática o correlación estadística que guardan entre sí.
- J **Imagen corporativa:** Es la representación, la figura de algo o alguien, en tanto, por corporativa se llamará a todo aquello inherente o propio de una organización pública o privada, que disponen de diversos fines, siendo en el caso privado la comercialización de productos y servicios la más corriente.
- J **Imagen:** Figura de una persona o cosa captada por el ojo, por un espejo, un aparato óptico, una placa fotográfica, etc., gracias a los rayos de luz que recibe y proyecta. "imagen cinematográfica; imagen en escáner de un cerebro; una persona con cataratas solo puede percibir imágenes borrosas de los objetos; la imagen deforme que refleja un espejo curvo"
- J **Institución:** Creación o fundación de una cosa, especialmente un organismo de carácter benéfico, social o cultural. "todos acordaron la institución de una comisión permanente"

- J **Investigación:** Acción de investigar. "la investigación científica y el desarrollo tecnológico se han desenvuelto tradicionalmente en un clima de atonía y falta de estímulos sociales"
- J **Mensaje:** Es en el sentido más general, el objeto de la comunicación. Está definido como la información o enunciado verbal que el emisor envía al receptor a través de un canal de comunicación o medio de comunicación determinado (como el habla o la escritura, por ejemplo).
- J **Misión:** Es el ámbito empresarial la misión hace referencia a los objetivos de una empresa, sus actividades y la manera en que funciona la misma
- J **Organigrama:** Representación gráfica de la estructura de una empresa o una institución, en la cual se muestran las relaciones entre sus diferentes partes y la función de cada una de ellas, así como de las personas que trabajan en las mismas.
- J **Organización:** Pertenece o relativo a la organización.
- J **Plan:** Un plan es una intención o un proyecto. Se trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigirla y encauzarla. En este sentido, un plan también es un escrito que precisa los detalles necesarios para realizar una obra.
- J **Población:** Pertenece o relativo a la población.
- J **Presupuesto:** El presupuesto es, en este sentido, la cantidad de dinero que se estima que será necesaria para hacer frente a ciertos gastos.
- J **Procesos:** Procesamiento o conjunto de operaciones a que se somete una cosa para elaborarla o transformarla.
- J **Productos:** Es una cosa o un objeto producido o fabricado, algo material que es producido de manera natural o de manera artificial, elaborado mediante un trabajo para el consumo. Producto proviene del latín productus y posee diferentes significados en diferentes áreas.
- J **Proveedores:** Empresa o persona física, cuya finalidad es satisfacer las necesidades de la empresa de recursos del tipo económico. Como los son créditos, capital para la empresa, socios, etc. Ejemplos de proveedores de son bancos, prestamistas, gobierno, socios capitalistas, etc.

- ) **Recursos Humanos:** En la administración de empresas, se denomina Recursos humanos (RR. HH.) al trabajo que aporta el conjunto de los empleados o colaboradores de una organización, aunque lo más frecuente es llamar así al sistema o proceso de gestión que se ocupa de seleccionar, contratar, formar, emplear y retener al personal de la organización..
- ) **Visión:** Se refiere a una imagen que la organización plantea a largo plazo sobre cómo espera que sea su futuro, una expectativa ideal de lo que espera que ocurra.

## BIBLIOGRAFÍA

- Ander-Egg, E. (1979). Introducción a las Técnicas de Investigación Social. En V. R. Reynerio, *Metodos de Investigación Social* (págs. 95-140). Argentina: Ediciones Mayté.
- Ansede Espiñera, P. (2010). La Comunicación en las Organizaciones en la Sociedad del Conocimiento .
- D. Murga, J. (2015). *Administración una aproximación integra, Comportamiento Organizacional, Diagnostico Organizacional*.
- GDH, S.A. (s.f.). Obtenido de <http://www.antaria.gt>.
- Idalverto, C. (1998). *Administración de recursos Humanos*,. MacGraw Hill.
- Juventino, A. G. (2015). *Estrategia Comunicacional para Fortalecer la Comunicación Interna del Grupo Pades*. Guatemala.
- Keith, D. (1972). Human Relations at work The Dynamics of organizational Behavior. New York: McGraw Hill.
- Napoleon, C. (1997). *Tecnicas de investigación Social*. Costa Rica.
- Pardinas, F. (1979). *Metodología y Técnicas de investigación en Ciencias Sociales*. México.
- Paz Lima, E. E. (2016). *Estrategias para Fortalecer la Comunicacion Interna de la Radio 98 Uno FM*. Guatemala.
- Velasquez Rodriguez, C. A. (1,999). Comunicación Semiología del mensaje oculto. En C. A. Velasquez Rodriguez.
- Victoria, B. R. (2016). *Fortalecimiento de La Comunicación Internadel Departamento de Comunicación Social de la Policia Nacional Civil*. Guatemala.
- Pedroza Gaitán, Luis. 2005. Planificación de las comunicaciones sociales.
- Velasquez Rodriguez, C. A. (1,999). Comunicación Semiología del mensaje oculto. En C. A. Velasquez Rodriguez.

## E GRAFIA

<https://es.slideshare.net/Jpsolanich/segmentacin-target-y-posicionamiento>

<http://info.simetrical.com/blog/diferencia-clima-laboral-cultura-organizacional>

<http://www.eumed.net/ce/2015/1/clima-organizacional.html>

<http://robertoepinosa.es/2013/09/17/segmentacion-de-mercado-concepto-y-enfoque/>

<https://definicion.de/relaciones-publicas/>

<https://www.definicionabc.com/comunicacion/imagen-corporativa.php>

<http://www.crearcrear.com/como-crear-diagramas-de-gantt-online/>

<http://www.rae.es/recursos/diccionarios>

## ANEXOS



*Ilustración 1* Licenciado Estuardo Arana, presentando el valor con el que se identificó. Julio 2017.



*Trabajadores de Grupo Desarrollador Habitar Sociedad Anónima, seleccionando tallas de Blusas*



*Trabajadores de Grupo Desarrollador Habitar Sociedad Anónima, seleccionando tallas de Blusas*



Trabajadores de Grupo Desarrollador Habitar Sociedad Anónima, seleccionando tallas de camisas.



Trabajadores de Grupo Desarrollador Habitar Sociedad Anónima, seleccionando tallas de camisas.



**Evelyn Estela Sulin Díaz**  
 Asistente Administrativa  
 DPI 1977 83155 0114



Avenida Reforma Torre Jardín,  
 Plaza Corporativa Reforma 6-64 Oficina J-2 Zona 9  
 Tel. 23626727- 23626730

Arte para elaboración de gafetes

**27920857-3 No. de Afiliación IGSS**

Esta credencial deberá ser utilizada únicamente para fines de identificación del empleado y será indispensable su devolución o penalización económica al finalizar la relación laboral con la empresa.

Rogamos a las autoridades correspondientes guardarle las consideraciones pertinentes al portador /a de este carne. Y prestarle toda la colaboración necesaria para el efectivo desempeño de su trabajo.

**Firma Autorizada**  
**Ing. Roberto Salazar**

**Fecha de Ingreso 02 de Mayo 2009**

Arte para elaboración de gafetes



*Elaboración de arte para impresión de Tazas*



*Elaboración de arte para impresión de Tazas*



*Elaboración de arte para impresión de tazas.*



La siguiente encuesta tiene como finalidad obtener datos para fines investigativos. La información que usted proporcione será confidencial.  
Favor responder las preguntas de manera clara, veraz y objetiva. Marcando con una X una de las opciones de los ítems propuestos. Muchas gracias por su colaboración.

Sexo:	F	M	Edad	Menos de 5 años
Tiempo de trabajar en la empresa:	0 a 1 año	1 a 3 años	3 a 5 años	Menos de 5 años
RESPUESTAS				
1 Se siente a gusto en el trabajo que realiza?	No	Algunas veces	Casi siempre	Totalmente
2 El puesto es acorde a sus capacidades?	No es acorde	Necesita capacitación	Hago el trabajo con gusto a mi	El puesto está todo a mi
3 Cuenta con los materiales, equipos y otros recursos para realizar su trabajo?	No	A Veces	Casi Siempre	Siempre
4 Las relaciones con sus compañeros de trabajo son ?	Malas	Regulares	Buenas	Muy buenas
5 El sueldo y las prestaciones que recibe con relación a su trabajo	Nada Satisfactorios	Poco Satisfactorios	Satisfactorios	Muy Satisfactorios
6 Tiene oportunidades de ascender en su puesto de trabajo?	Ninguna	No son Claras	Hay posibilidad	Si, claramente
7 El estilo de Liderazgo de su Jefe:	Le Frustra	Le Desmotiva	Le motiva	Le inspira
8 Su jefe lo trata con dignidad y respeto	No	A Veces	Casi Siempre	Siempre
9 Su jefe se toma el tiempo para escucharle y ayudarle en su desarrollo de trabajo?	Nunca	Difícilmente	Algunas Veces	Constantemente
10 Tiene Libertad de actuar y tomar decisiones en su trabajo?	Todo lo debo consultar	Rara Vez	Algunas Veces	Si la tengo
11 Su jefe reconoce, aprueba, premia o estimula su buen trabajo.	Nunca	A veces	Casi siempre	siempre
12 La Forma como su jefe le llama la atención es:	Humillante	Inadecuada	Aceptable	Constructiva
13 A su jefe inmediato le importa usted como persona?	No, solo trabajo	Muy poco	En ocasiones	Si le importa
14 Su jefe cuenta con las competencias técnicas y liderazgo	No las posee	Necesita Capacitación	Es competente	Es muy Competente
15 Conoce los objetivos y metas de su Gerencia o proceso?	No los conozco	He escuchado algo	Solo los mas importantes	Si los conozco
16 Su gerencia lo mantienen informado de los planes, resultados	No	A veces	Casi Siempre	Siempre
17 Está claro de cómo su trabajo contribuye al alcance de los objetivos?	Lo ignora	No estoy seguro	Pienso que si	Estoy claro
18 Obtiene ayuda de otros departamentos cuando lo solicita?	Nunca	A Veces	Casi Siempre	Siempre
19 Conoce la visión y misión de la organización?	No se si la hay ?	No las recuerdo	Se solo la visión o	Si las conozco
20 Considera que los principios y valores de la empresa son aplicados	Nadie / no los conozco	algunas personas	Casi todos	Todos
21 Como califica la comunicación formal dentro de la empresa?	No existe	Se debe mejorar	bueno	Muy Buena
22 Trabajar en esta empresa me hace sentir orgulloso	No	A Veces	Casi siempre	Siempre
23 En la empresa se trata a la gente con dignidad, respeto y sin discriminación	No	A Veces	Casi siempre	Siempre
24 La organización reconoce e incentiva el buen desempeño de sus empleados	No	A Veces	Casi siempre	Siempre
25 Considera que la empresa se interesa en el bienestar y desarrollo de sus empleados	No	A Veces	Casi siempre	Siempre
26 Considera que la mayoría de las personas asumen la responsabilidad	Nadie lo hace	Algunos	La mayoría	Todos

## Vaciado de encuestas

### Sexo

M	4
F	1

### Edad

20-25	1
26-30	1
31-35	1
36-40	1
46-50	1

### Tiempo de laborar en la empresa

1 a 3 años	1
3 a 5 años	2
Más de 5 años	2

### ¿Se siente a gusto en el trabajo que realiza?

No	0
Algunas veces	0
Casi siempre	2
Totalmente	3

### El puesto es acorde a sus capacidades

No es acorde	0
Necesito capacitación	0
Hago el trabajo con dificultad	0
El puesto esta Justo a mi medida	5

### ¿Cuenta con los materiales, equipos y otros recursos para realizar su trabajo?

No	0
A Veces	0
Casi Siempre	2
Siempre	3

## Vaciado de encuestas

**¿Las relaciones con sus compañeros de trabajo son?**

Malas	0
Regulares	0
Buenas	2
Muy buenas	3

**¿El sueldo y las prestaciones que recibe con relación a su trabajo son?**

Nada Satisfactorios	0
Poco Satisfactorios	2
Satisfactorios	2
Muy Satisfactorios	1

**¿Tiene oportunidades de ascender en su puesto de trabajo?**

Ninguna	0
No son Claras	1
Hay posibilidad	4
Si, claramente	0

**El estilo de Liderazgo de su Jefe**

Le Frusta	0
Le Desmotiva	1
Le motiva	2
Le inspira	2

**Su jefe lo trata con dignidad y respeto**

No	0
A Veces	0
Casi Siempre	1
Siempre	4

## Vaciado de encuestas

**Su jefe se toma el tiempo para enseñarle y guiarle en su puesto de trabajo**

Nunca	0
Difícilmente	1
Algunas Veces	2
Constantemente	2

**¿Tiene Libertad de actuar y tomar decisiones en su trabajo?**

Todo lo debo consultar	0
Rara Vez	4
Algunas Veces	0
Si la tengo	1

**Su jefe reconoce, aprecia, premia o estimula su buen trabajo, dedicación o logros**

Nunca	2
A veces	1
Casi siempre	1
Siempre	1

**La Forma como su jefe le llama la atención es**

Humillante	0
Inadecuada	0
Aceptable	2
Constructiva	3

**Su jefe cuenta con las competencias técnicas y liderazgo para el puesto que ocupa**

No las posee	0
Necesita Capacitarse	0
Es competente	1
Es muy Competente	4

**¿Conoce los objetivos y metas de su Gerencia o proceso?**

No los conozco	1
He escuchado algo	0
Solo los más importantes	3
Si los conozco	1

**Su gerencia lo mantiene informado de los planes, resultados o cambios de la empresa**

No	1
A veces	1
Casi Siempre	3
Siempre	0

**¿Está claro de cómo su trabajo contribuye al alcance de los objetivos de su departamento?**

Lo ignoro	0
No estoy seguro	0
Pienso que si	1
Estoy claro	4

**¿Obtiene ayuda de otros departamentos cuando lo solicita?**

Nunca	0
A Veces	1
Casi Siempre	2
Siempre	2

**¿Conoce la visión y misión de la organización?**

No sé si la hay	3
No las recuerdo	0
Se solo la visión o misión	0
Si las conozco	2

**Considera que los principios y valores de la empresa son aplicados por**

Nadie / no los conozco	1
Algunas personas	1
Casi todos	2
Todos	1

**Vaciado de encuestas**

**¿Cómo califica la comunicación formal dentro de la empresa?**

No existe	0
Se debe mejorar	3
Buena	2
Muy Buena	0

**Trabajar en esta empresa me hace sentir orgulloso**

No	0
A Veces	0
Casi siempre	1
Siempre	4

**En la empresa se trata a la gente con dignidad, respeto y sin discriminación**

No	0
A Veces	0
Casi siempre	0
Siempre	5

**La organización reconoce e incentiva el buen desempeño de sus trabajadores**

No	1
A Veces	1
Casi siempre	2
Siempre	1

**¿Considera que la empresa se interesa en el bienestar y desarrollo de la gente?**

No	0
A Veces	0
Casi siempre	3
Siempre	2

**Considera que la mayoría de las personas asumen la responsabilidad de sus trabajos y decisiones, a pesar de que a veces tienen consecuencias no gratas**

Nadie lo hace	0
Algunos	1
La mayoría	2
Todos	2

Lista de acciones

Actividad	Realizada	No realizada	Descripción
Tazas	X		Se elaboraron 10 Tazas con sublimación personalizada con el logo de la institucional a las cuales se les imprimió cada valor seleccionado. Entregando a cada trabajador en una actividad que se llevó acabo.
Cartelera informativa	X		Se elaboró 1 Cartelera tipo corcho en medidas de 60 de ancho por 80 de largo, la ubicación será en el segundo nivel de oficinas donde todo el personal tiene acceso a la sala de reuniones
Elaboración uniformes	X		Se elaboraron camisas y blusas en tela tipo dacron excell manga corta con bordado de logo tipo de 3"x2"
Impresión de filosofía empresarial	X		Se imprimió la filosofía empresarial en material de PVC 3mm tamaño 18" 12
Elaboración de gafetes	X		Se elaboraron gafetes en material pvc
Actividad almuerzo	X		Se realizó almuerzo con el personal administrativo

# Ficha registro de horas



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



## Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

**Nombre del Alumno (a):** Evelyn Estela Sulin Diaz  
**No. Carné y DPI:** 200120835 – 1977 83155 0114  
**Jefe o Encargado (a):** Licenciado, Estuardo Arana – Asistente Financiero  
**Institución o Empresa:** Grupo Desarrollador Habitar, Sociedad Anónima  
**Supervisor de EPSL:** Licda. Sandra Hernández

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 01 / Al: 02	Junio	8	8	X	X	X	X	16 hrs.
2	Del: 05 / Al: 09	Junio	8	8	8	8	8	X	40 hrs.
3	Del: 12 / Al: 17	Junio	8	8	8	8	8	2	42 hrs.
4	Del: 19 / Al: 24	Junio	8	8	8	8	8	2	42 hrs.
5	Del: 26 / Al: 30	Junio	8	8	8	8	8	X	40 hrs.
6	Del: 03 / Al: 06	Julio	8	8	8	8	X	X	32 hrs.
7	Del: 17 / Al: 21	Julio	8	8	8	8	8	X	40 hrs.
8	Del: 24 / Al: 28	Julio	8	8	8	8	8	X	40 hrs.
9	Del: 31 / Al:	Julio	8	X	X	X	X	X	08 hrs.
<b>TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS</b>									300 hrs.

(f)   
 Lic. Estuardo Arana  
 Grupo desarrollador  
 Habitar, S A

(f)   
 Licda. Sandra Hernández

