

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



“Estrategias para fortalecer la Comunicación interna en la empresa La Casa de la  
Confeción”

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorario Consejo Directivo por:

**Mirli Janeth Perdomo Cabrera**

**CARNÉ: 201016610**

Previo a portar el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, agosto de 2017

**Consejo Directivo:**

**Director:**

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

**Representantes Docentes:**

M.A Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trujillo

**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

## CARTA DE FINIQUITO



# FINIQUITO

Angélica Juárez: Gerente General

Teléfono: 5498-7367

Guatemala, 12 de 10 de 2017

Lic. Luis Pedroza

**Coordinador**

*Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura*

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Licenciado Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que el(a) estudiante(a) epesista "**Mirli Janeth Perdomo Cabrera**" con número de carné: "**201016610**" 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 "**Gerencia**" cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **01 de 06** al **31 de 07** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: "**Estrategias para fortalecer la Comunicación Interna en empresa La Casa de la Confección**" entregando el material respectivo y debidamente recibido por: "**La Casa de la Confección**"

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,*



Sra. Angelica Juárez  
Gerente General

**LA CASA**  
DE LA CONFECCIÓN

## DICTAMEN FAVORABLE DE INFORME FINAL DEL EPS



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



Guatemala 18 de octubre de 2017

Estudiante  
Mirli Janeth Perdomo Cabrera  
201016610  
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

Me complace informarle que he revisado su informe final de EPS de Licenciatura con el título **ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA EN EMPRESA LA CASA DE LA CONFECIÓN**. 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"



*[Signature]*  
Licda. Sandra Noemí Hernández y Hernández  
Supervisora EPS de Licenciatura



*[Signature]*  
Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza Gaytán  
Coordinador EPS de Licenciatura



"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"  
OLVERIO 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 Y LA VIRGEN MARIA:** Por la vida, salud, sabiduría y la fortaleza que me dieron a lo largo de mi carrera para culminar este sueño tan esperado y anhelado en este momento tan especial en mi vida.

**A MIS PAPAS:** José Perdomo (+) / Petrona Cabrera, porque me dieron la vida y me criaron con valores y con mucho amor y siempre me apoyaron para ser una mujer fuerte y luchar por mis metas y sueños propuestos, sin ustedes no sería la mujer que soy ahora los AMO.

**A MIS HERMANAS:** Lisette, Delmi, por todo el apoyo, amor y por la confianza que me dieron durante mi carrera para lograr mi sueño por las veces que me ayudaron para realizar mis tareas e incentivarme y no rendirme nunca las amo con el corazón son inspiración en mi vida.

**A MIS HERMANOS:** Danni, David por el amor y apoyo por incentivarme siempre a cumplir mis sueños y por confiar en mí, los amo.

**A MI NOVIO:** Por confiar en mí e incentivarme siempre que podía lograr lo que me proponía y apoyarme durante estos años y por ser un soporte muy importante en mi vida, por la paciencia y todo el amor. Este triunfo también es tuyo te amo.

**A MIS SOBRINAS Y SOBRINOS:** Daniel, Ximena, Xavier, Enrique, Camila, Pauline, porque son personitas muy importantes en mi vida y quiero que este sea un ejemplo para ustedes los amo.

**A MIS AMIGOS Y AMIGAS:** Por el apoyo incondicional y por creer en mí que lograría este sueño por tantos momentos vividos por la confianza y el cariño.

**A MIS CUÑADOS Y CUÑADA:** Wally, Martin, Marisol por el cariño, apoyo y por la confianza y creer en mí y motivarme siempre los quiero.

**Dedico de manera especial a mi Papa José Perdomo Q.E.P.D.** por su amor y apoyo, por ser un ejemplo en mi vida para luchar y ser mejor cada día por tus valores, por tu alegría, este logro es para ti para que te sientas orgulloso de mi sé que siempre estarás conmigo te amo y amare siempre.

## AGRADECIMIENTOS

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

**A la ESCUELA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN,** a los docentes que me apoyaron y compartieron sus conocimientos con mi persona.

**AI LIC. LUIS PEDROZA,** gracias por brindarme su apoyo y darme la oportunidad de realizar mi proyecto.

**A LA LIC. SANDRA HERNANDEZ,** por su apoyo y confianza en guiarme en este proceso de mi proyecto y compartir sus conocimientos e incentivar me a culminarlo.

**A MIS HERMANAS:** Delmi Perdomo, Lissette Perdomo porque siempre me apoyaron a lo largo de mi carrera, confiaron y me motivaron con su apoyo incondicional como siempre.

**A LA SRA. ANGELICA JUAREZ:** Por la oportunidad y apoyo incondicional de brindarme en realizar mi proyecto en su empresa.

**A ROBERT CALDERON,** por el apoyo incondicional durante estos años de mi carrera por motivarme siempre a no rendirme y confiar en mi para lograr y culminar esta etapa importante en mi vida.

## RESUMEN

### Nombre de la Institución:

LA CASA DE LA CONFECCIÓN

### Nombre del Proyecto:

**ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA EMPRESA LA CASA DE LA CONFECCIÓN.**

### Objetivos del Proyecto:

- **General:**

Presentar un plan comunicacional con estrategias efectivas para fortalecer la Comunicación interna en la empresa La Casa de la Confección.

- **Específicos:**

- Elaboración de un manual para mejorar los procesos de producción con los colaboradores y Gerencia.
- Implementación de una cartelera informativa que mejorara la comunicación interna en la empresa.
- Mejorar el clima organizacional para tener una comunicación interna efectiva.

### Sinopsis del Proyecto:

El presente documento fue elaborado para dar a conocer los problemas comunicacionales existentes en la empresa La Casa de la Confección, para ello fue necesario elaborar un diagnóstico comunicacional a través de la técnica mixta por la cual se elaboraron entrevistas y encuestas a los colaboradores y Gerencia para obtener mayor información y así poder determinar en realizar estrategias y acciones que ayuden y fortalezcan la comunicación interna enfocadas a mejorar el clima organizacional y la comunicación efectiva.



## INTRODUCCIÓN

El presente documento de EPS se elaboró con la necesidad de poder identificar problemas de comunicación interna en la empresa La Casa de la Confección, para sí integrar estrategias que fortalezcan y ayuden a la misma, tanto con los colaboradores como con gerencia, esto se realizó a través de un diagnóstico comunicacional donde se detectaron los problemas de comunicación para posteriormente proponer estrategias por medio de un plan de comunicación y poder ejecutarlo en la empresa.

El documento está elaborado específicamente en el área interna de la empresa para determinar la efectividad de las áreas entre sí, es por esa razón que se hace necesario realizar un diagnóstico para evaluar aspectos comunicacionales. A través del método mixto por medio de encuestas y entrevistas se logró determinar que para mejorar el clima organizacional y tener una comunicación más efectiva era necesario implementar acciones que fortalecerán la comunicación. Para lo cual se desarrollaron e implementaron estrategias de comunicación que fortalecieron estos aspectos.

La empresa La Casa de la confección es una institución que se dedica a la elaboración y confección de uniformes y fue fundada el 24 de abril del 2012, ya con 5 años en el mercado se ha posicionado bastante bien en el mercado y está siendo ya competitiva con otras empresas.

Las estrategias conjuntamente con las acciones que se ejecutaron llevaron a tener el primer cambio significativo, como la integración y mejoras en la comunicación interna entre colaboradores como con la Gerencia, también en la reducción de tiempos y mejorar el clima organizacional. Tener una buena comunicación interna es parte de los objetivos de toda empresa ya que mediante esto pueden cumplir con las metas establecidas y elevar el nivel de eficiencia.

## JUSTIFICACIÓN

El siguiente documento de EPS comunicacional se realiza para diagnosticar los problemas de comunicación por lo que atraviesa la empresa y se plantea un plan estratégico para encontrar las mejores soluciones o bien mejorar las áreas de oportunidad. Es la última etapa como estudiante de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación presentar un trabajo profesional y dar un aporte a un problema que se detectó por medio de un diagnóstico comunicación dentro de una empresa verídica, dando solución y realizar una ejecución para el mejor desempeño a una problemática detectada.

Las estrategias y acciones implementadas, favorecen la comunicación interna y el clima organizacional dentro de la Institución. Esto será un aporte para para la empresa La Casa de la Confección en la comunicación interna, esto se llevó con una etapa de prácticas supervisadas para el mejor lineamiento a seguir.

## ÍNDICE

RESUMEN.....	I
INTRODUCCIÓN.....	II
JUSTIFICACIÓN.....	III
CAPÍTULO I.....	1
1. DIAGNÓSTICO.....	1
1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNOSTICO.....	1
1.1.1 Objetivo General.....	1
1.1.2 Objetivos Específicos.....	1
1.2 LA INSTITUCIÓN: LA CASA DE LA CONFECCIÓN.....	1
1.2.1 Ubicación Geográfica.....	1
1.2.2 Integración y Alianzas Estratégicas:.....	1
1.2.3 Antecedentes o historia:.....	2
1.2.4 Departamentos o Dependencias.....	3
1.2.5 Misión:.....	3
1.2.6 Visión:.....	3
1.2.7 Objetivos Institucionales:.....	3
1.2.8 Público Objetivo.....	4
1.2.9 Organigrama.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.3 METODOLOGÍA.....	4
1.3.1 Descripción del Método.....	4
1.3.2 Técnicas e Instrumentos de recolección:.....	5
1.3.3 Cronograma del diagnostico.....	7
1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS:.....	8
1.4.1 Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas.....	10
<b>1.5 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN.....</b>	<b>14</b>
1.5.1 Fortalezas.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.5.2 Oportunidades.....	14

1.5.3 Debilidades .....	¡Error! Marcador no definido.
1.5.4 Amenazas: .....	14
CAPITULO II.....	15
2. PLAN DE COMUNICACIÓN .....	15
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES.....	15
2.2. OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN .....	15
2.2.1. Objetivo General.....	15
2.2.2. Objetivos Específicos.....	15
2.3 PÚBLICO OBJETIVO.....	16
2.4. MENSAJE .....	17
2.5. ESTRATEGIAS .....	17
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN.....	20
CAPÍTULO III .....	23
3. INFORME DE EJECUCIÓN.....	23
3.1 PROYECTO DESARROLLADO .....	23
3.1.1 Financiamiento.....	23
3.1.2 Presupuesto.....	23
3.1.3 Beneficiarios .....	23
3.1.4 Recursos Humanos:.....	24
3.1.5 Área geográfica de Acción .....	24
<b>3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS:</b> .....	25
3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....	30
3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO .....	31
CONCLUSIONES.....	32
RECOMENDACIONES.....	33
GLOSARIO DE TÉRMINOS .....	34
BIBLIOGRAFÍA .....	36
EGRAFIA .....	37
ANEXOS .....	38
8.1 Transcripción completa de la entrevista 1.....	38
Transcripción completa de la entrevista 2 .....	40

Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos de los entrevistados .....	42
LISTA DE ACCIONES .....	43

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO**

#### **“Diagnóstico Comunicacional en el área interna de la empresa La Casa de la Confección”**

##### **1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNOSTICO**

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

Presentar un diagnóstico de comunicación interna para la empresa La Casa de la Confección.

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

- Identificar los canales de comunicación existentes en la Empresa la casa de la confección.
- Detectar posibles necesidades comunicacionales en la Institución.

##### **1.2 LA INSTITUCIÓN: LA CASA DE LA CONFECIÓN**

###### **1.2.1 Ubicación Geográfica**

45 Av. 18-69 zona 5 Colonia Chácara, Guatemala, Guatemala.

###### **1.2.2 Integración y Alianzas Estratégicas:**

- Allan España: Prodiver (Porta accesorios de seguridad)
- Manuel Flores: Incoprose (Accesorios de Seguridad)
- Osman Helías: La Puntada Prefecta (Bordados)
- Edwin Nij: Calzado Iveth (Botas y Zapatos)

### **1.2.3 Antecedentes o historia:**

El 24 de abril del 2012 se registra legalmente la empresa La Casa de la Confección, en la 45 Av. 18-69 zona 5 Colonia Chácara, Guatemala, dicha institución se sitúa en la dirección antes mencionada, el inmueble es propiedad de la Sra. Angélica Juárez. La idea de formar dicha empresa surge de una herencia adquirida, la cual se pone en marcha a puro pulso como una empresa de confección nueva en el mercado, colocándose rápidamente a competir con empresas gigantescas ya posicionadas en el ámbito de la confección, la institución elabora confecciones de uniformes a empresas de seguridad, guarderías, farmacias, avícolas, municipalidades, souvenir promocionales de partidos políticos, alta confección entre otros.

La Casa de la Confección rápidamente se posiciona gracias a las metas y proyecciones bien establecidas por parte de la propietaria abriéndose brecha en un mercado muy competitivo y ganándose el respeto y confiabilidad de empresas fuertes en el país. La visión de crecimiento de la empresa en manos de su propietaria supera las expectativas llenándose de bendiciones destacando en el mercado, con la fortuna de la buena imagen creada por su calidad misma y cumplimiento, cabe mencionar que la propietaria no teniendo ningún conocimiento en la rama de la confección de este tipo de mercado rompió esa barrera con su gallardía y entusiasmo que hasta la fecha sigue reflejándose e incrementándose cada vez más, únicamente con las referencias de su desempeño laboral satisfaciendo las necesidades de sus clientes y logrando el crecimiento a nivel nacional .

#### **1.2.4 Departamentos o Dependencias**

- ❖ Gerencia
- ❖ Área de corte (Área donde se trazan y realizan los cortes de todas las prendas).
- ❖ Área de ensamble (Área donde se empieza a realizar la unión y conteo de prendas).
- ❖ Acabado final (Se cierran o terminan de detallar las prendas primer filtro de acabado).
- ❖ Planchado y empaque (Se termina de preparar cada prenda y ultimo control de calidad).
- ❖ Alta confección (Departamento que se encarga de confeccionar prendas gerenciales y de alta calidad).
- ❖ Mensajería (Recurso que consta de un motorista para: entrega, cobros y pagos).
- ❖ Bodega (Almacenamiento de Stock, sobrantes muestra y utensilios necesarios).

#### **1.2.5 Misión:**

Como Misión se tiene el crecimiento de la empresa dando a destacar la imagen de las empresas a las cuales se les confecciona siguiendo con la tradición ya establecida de la imagen que los mismos clientes han creado de la Casa de la Confección por su Prestigio.

#### **1.2.6 Visión:**

La Casa de La confección tiene como Visión posicionarse en un mercado muy competitivo y exigente. Destacándose por su calidad y puntualidad la opción número uno para el cliente.

#### **1.2.7 Objetivos Institucionales:**

- Dar siempre la calidad y puntualidad de promesa
- Reflejar la buena imagen de los clientes con la calidad de excelente confección
- Mantener la satisfacción del cliente
- Ser siempre innovadores y vanguardistas en las piezas confeccionadas



### 1.2.8 Público Objetivo

Se tiene como público objetivo las empresas con necesidad de uniformes en diferentes ámbitos pasando por instituciones, promocionales, dependencias de mostrador hasta llegar a altas confecciones como ejecutivos.

### 1.2.9 Organigrama

No cuenta.

## 1.3 METODOLOGÍA

### 1.3.1 Descripción del Método

**Método Mixto:** Representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández Sampieri y Mendoza, 2008)

Son la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno. Éstos pueden ser conjuntados de tal manera que las aproximaciones cuantitativa y cualitativa conserven sus estructuras y procedimientos originales (“forma pura de los métodos mixtos”). Alternativamente, estos métodos pueden ser adaptados, alterados o sintetizados para efectuar la investigación y lidiar con los costos del estudio. (Chen, 2006; Johnson et al., 2006).

Se utilizará el método Mixto ya que es un conjunto continuo en donde se mezclan los enfoques cuantitativos y cualitativos, que lograra una perspectiva más amplia y profunda del fenómeno ayudando a formular el planteamiento del problema con mayor claridad.

### 1.3.2 Técnicas e Instrumentos de recolección:

**Técnica Mixta:** Surge de la combinación de los otros dos enfoques (Cualitativo y Cuantitativo) en un mismo estudio. (Hernández Sampieri, Roberto, 2005).

Los Enfoques Mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Roberto Sampiere, Paulina Mendoza).

Se determinó la técnica Mixta ya que es la integración sistemática de métodos cuantitativos y cualitativos en un solo estudio con el fin de obtener un análisis más profundo y como instrumentos se utilizará la Entrevista para encontrar un análisis cualitativo y la encuesta para tener un análisis cuantitativo.

**Entrevista:** Es una conversación verbal entre dos o más personas con una finalidad. Se define como un encuentro de carácter privado y cordial, una persona se dirige a otra y cuenta su historia o da la versión de los hechos y responde a preguntas relacionadas con un problema específico. (Nahúm 1985)

Se utilizó la entrevista (Ver anexo 1) como instrumento cualitativo que pretende básicamente captar el significado de las cosas, más que describirlas ya que recoge información a través de la observación esta fue realizada en audio, con la gerente general abarcando y recolectando todos los puntos de vista internos que finalizaron como información sólida para la recolección de información e interpretación de la misma.

**Encuesta:** Es la técnica de recogida de datos más utilizada en la metodología. Pretende “conocer lo que hacen, opinan o piensan los encuestados mediante preguntas realizadas por escrito y que puedan ser respondidas sin la presencia del encuestador” El método de investigación capaz de dar respuestas a problemas tanto en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida de información sistemática, según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida” De este modo, puede ser utilizada para entregar descripciones de los objetos

de estudio, detectar patrones y relaciones entre las características descritas y establecer relaciones entre eventos específicos. En relación a su papel como método dentro de una investigación (Kerlinger, 1997).

Se utilizó la encuesta (Ver anexo 2) como instrumento cuantitativo que pretende básicamente identificar las variables cuantificables que se realizó a través de 7 preguntas directas cerradas, con los colaboradores abarcando y recolectando todos los puntos de vista internos que finalizaron como información sólida para la recolección de información e interpretación de la misma la cual define de una manera anónima la confiabilidad y libertad de sus respuestas lo cual dio fidelidad al momento de hacer la recolecta de información y analizando cada aspecto de esta.

### 1.3.3 Cronograma del diagnostico



CRONOGRAMA		MESES										
		Enero					Febrero					
		Semanas										
Fase 1	Actividades	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
<b>Curso Propedeutico</b>	Informacion y preparacion a detalle sobre los aspectos para implementar la primera Fase del Diagnostico.											
	Solicitud de carta de aceptacion de la empresa											
<b>Fase 2</b>												
<b>Tecnicas de Investigacion</b>												
<b>Observacion</b>	Observacion de la forma de trabajo de la empresa, determinacion y analisis de los colaboradores y determinacion de las herramientas a utilizar.											
	Recopilacion de datos, revision de informacion.											
	Consulta de documentos, fuentes.											
	Construccion Diagnostico de Comunicacion											
	Entrega final del Proyecto											
	Revision, correcciones											

Fuente: Diagrama de Gantt

[http://www.google.com.gt/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&ved=0ahUKEwifwvigovTWAhXDTCYKHXEqC\\_kQjRwIBw&url=http%3A%2F%2Fmarcoterico.blogspot.com%2F2010%2F06%2Fcronograma-de-trabajo-anexos.html&psig=AOvVaw0TVgK0MCggQtzM2LbdRLea&ust=1508213223734098](http://www.google.com.gt/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&ved=0ahUKEwifwvigovTWAhXDTCYKHXEqC_kQjRwIBw&url=http%3A%2F%2Fmarcoterico.blogspot.com%2F2010%2F06%2Fcronograma-de-trabajo-anexos.html&psig=AOvVaw0TVgK0MCggQtzM2LbdRLea&ust=1508213223734098)

## 1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS:

### Ficha de la Entrevista

	Ficha de la Entrevista # 1 Universidad San Carlos de Guatemala Escuela de Ciencias de la Comunicación Elaborado Por: Miri Janeth Perdomo Cabrera	
	<p><b>Fecha:</b></p> <p><b>Lugar:</b></p> <p><b>Realizada en Audio</b></p> <p><b>No. Preguntas:</b></p> <p>1 ¿Considera que se cuenta con una estructura de comunicación dentro de la empresa?</p> <p>2 ¿Cual fue su mayor desafío al trabajar con sus colaboradores y sus procesos internos?</p> <p>3 ¿Considera que la empresa cuenta con canales de comunicación con sus colaboradores?</p> <p>4 ¿Existe algún medio de comunicación con sus clientes?</p> <p><b>Objetivo:</b> Obtener información de los canales de comunicación que se tienen dentro de la empresa, y sus puntos de vista respecto a las preguntas realizadas.</p>	

### Resultado de la entrevista 1

Tiene como punto principal conocer la comunicación interna los canales y procesos que emplean su ambiente laboral, para detectar la problemática. El resultado de la entrevista, que se realizó a la Gerente General Angélica Juárez de la empresa es que la comunicación interna no se ha establecido formalmente por medio de controles de producción con los encargados y colaboradores de cada departamento, existen necesidades de puntos por fortalecer y otros aspectos por mantener e incrementar para mejorar.

	Ficha de la Entrevista # 2 Universidad San Carlos de Guatemala Escuela de Ciencias de la Comunicación Elaborado Por: Mirli Janeth Perdomo Cabrera	
	Fecha: Lugar: Realizada en Audio	
<b>No. Preguntas:</b>		
1 ¿Considera que se cuenta con una estructura de comunicación dentro de la empresa?		
2 ¿Cual fue su mayor desafío al trabajar con sus compañeros y los procesos internos de la empresa?		
3 ¿Considera que la empresa cuenta con canales de comunicación con sus compañeros?		
4 ¿Considera que existe algún medio de comunicación con los clientes?		
<b>Objetivo:</b> Obtener información de los canales de comunicación que se tienen dentro de la empresa, y sus puntos de vista respecto a las preguntas realizadas.		

## Resultado de la entrevista 2

El resultado de la entrevista, que se realizó a la colaboradora con más años en la empresa es que la comunicación interna está por fortalecerse y no se ha establecido formalmente y existen varias necesidades para mejorar la comunicación.

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

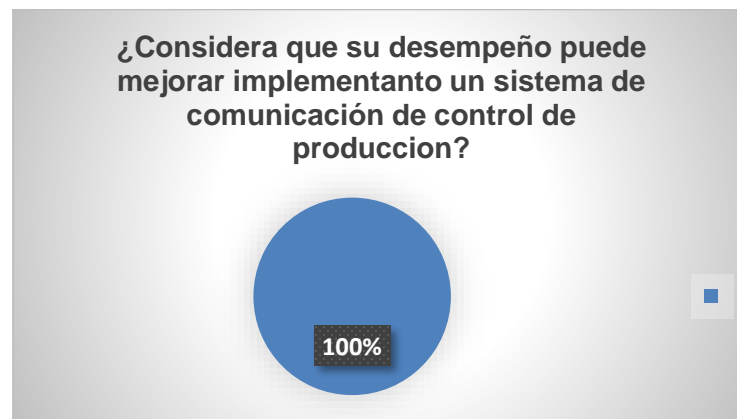
**Gráfica No. 1**



**Fuente:** Elaborado por: Mirli Perdomo Epesista Licenciatura, Feb. 2017

**Interpretación:** El 100% de los Colaboradores consideran que no existe un canal de comunicación interno dentro de la empresa.

**Gráfica No. 2**



**Fuente:** Elaborado por: Mirli Perdomo Epesista Licenciatura, Feb. 2017

**Interpretación:** El 100% de los colaboradores consideran que pueden mejorar su desempeño implementando un sistema de comunicación de control de producción nuevo.

**Gráfica No. 3**



**Fuente:** Elaborado por: Mirli Perdomo Epesista Licenciatura, Feb. 2017

**Interpretación:** Acá es donde surge nuevamente la inquietud de que el 67% de los colaboradores consideran importante que exista un medio de comunicación efectivo.

**Gráfica No. 4**



**Fuente:** Elaborado por: Mirli Perdomo Epesista Licenciatura, Feb. 2017

**Interpretación:** El 60% de los colaboradores encuestados consideran que no se desarrolla la comunicación efectiva con sus compañ@desarrolla una comunicación efectiva con sus compañeros.



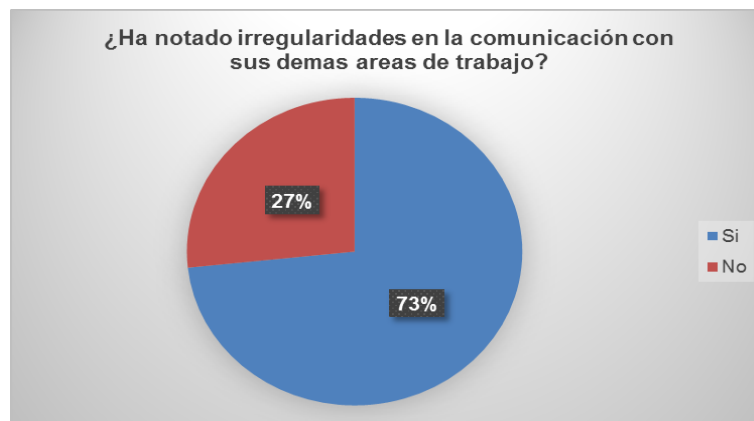
**Grafica No. 5**



**Fuente:** Elaborado por: Mirli Perdomo Epesista Licenciatura, Feb. 2017

**Interpretación:** El 100% de los colaboradores encuestados confirman que no conocen cuales son las estrategias de comunicación interna dentro de la empresa.

**Grafica No. 6**



**Fuente:** Elaborado por: Mirli Perdomo Epesista Licenciatura, Feb. 2017

**Interpretación:** La mayoría de los encuestados consideran que si han notado irregularidades con las demás áreas de trabajo.

**Grafica No. 7**



**Fuente:** Elaborado por: Mirli Perdomo Epesista Licenciatura, Feb. 2017

**Interpretación:** El 93% de los colaboradores encuestados confirman que no conoce un modelo estructurado y por ello posiblemente existen cargas en el desempeño de trabajo en las diferentes áreas.

## 1.5 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN

### FODA

#### 1.5.1 Fortalezas

- Cultura receptiva a nuevos cambios de comunicación.
- La empresa cuenta con el respaldo económico para fortalecer e implementar medios de comunicación.
- Comunicación efectiva con proveedores y/o alianzas.

#### 1.5.2 Oportunidades

- Adaptar y modificar la estructura de comunicación interna dentro de la institución.

#### 1.5.3 Debilidades

- No existen políticas de comunicación Interna
- Estructura no flexible a la comunicación tecnológica, correos electrónicos, redes etc.
- No existe un canal adecuado de comunicación interna entre los colaboradores con el Gerente.
- Falta de comunicación directa con clientes o Alianzas de la empresa.

#### 1.5.4 Amenazas:

- Los colaboradores tienen como fuente de información a sus mismos compañeros.
- Adaptación de los canales de comunicación.

## CAPITULO II

### 2. PLAN DE COMUNICACIÓN

“Plan de Comunicación interna en la empresa La Casa de la Confección”

#### 2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

La empresa la Casa de la Confección es pequeña empresa que actualmente cuenta con 16 colaboradores. La comunicación interna en todas las aéreas que maneja la empresa es actualmente directa y vía teléfono.

La gerencia mide las metas de los colaboradores atreves de la producción que tiene diariamente, sin ningún registro.

Las diferentes aéreas tienen comunicación directa cuando se trasladarán información.

La empresa no cuenta con un área de comunicación interna, razón por la cual no se ha realizado ninguna estrategia para el mejoramiento de la comunicación entre colaboradores y la gerente.

#### 2.2. OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN

##### 2.2.1. Objetivo General

Presentar un plan comunicacional con estrategias efectivas para fortalecer la Comunicación interna en la empresa La Casa de la Confección.

##### 2.2.2. Objetivos Específicos

- Elaboración de un manual para mejorar los procesos de producción con los colaboradores y Gerencia.
- Implementación de una cartelera informativa que mejorara la comunicación interna en la empresa.
- Mejorar el clima organizacional para tener una comunicación interna efectiva.

### 2.3 PÚBLICO OBJETIVO

Referente a todos los colaboradores que trabajan en la empresa La Casa de la Confección.

<b>Demográficos</b>	
	<b>Produccion</b>
Edad	25 a 45 años
Genero	Masculino y femenino
Estado Civil	Solteros y Casados
Nivel socioeconomico	baja C y D
Escolaridad	Primaria Diversificado sin terminar

<b>Socioeconomicos</b>	
Estilo de vida	Trabajo, familia, diversion.
Movilidad	Transporte publico

## 2.4. MENSAJE

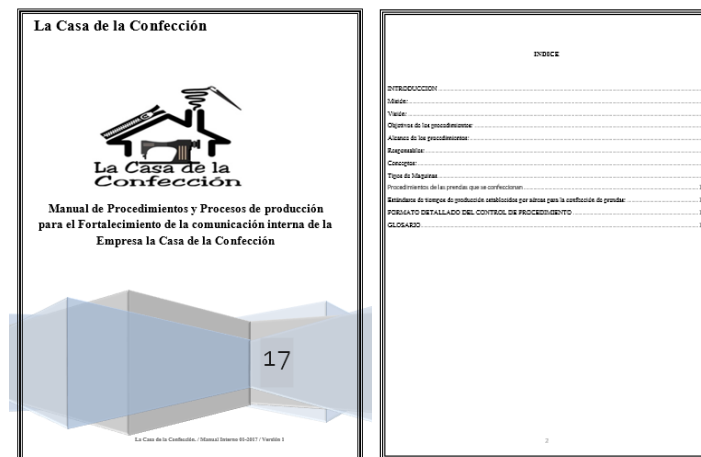
“Honestidad y dedicación es el éxito.”

1. Más que una imagen somos confiables y puntuales.
2. Calidad y responsabilidad que nos caracteriza.

## 2.5. ESTRATEGIAS

### 1). Creación de un manual para mejorar los procesos de producción con los colaboradores y Gerencia.

Crear un manual comunicacional de los procedimientos de la producción de una manera ordenada y detallada de la confección interna dentro de la empresa que permitirá mejorar el control de información que se trasladan entre colaboradores y a mejorar los tiempos de las confecciones de las prendas.



Manual de procedimientos y procesos de producción: Se realizará un manual comunicacional con los procedimientos y procesos de productos que ayude a los colaboradores en mejorar los tiempos y tengan una mejor distribución laboral.

**Formato de entrega:** La entrega del manual se realizará de la siguiente forma.

- En formato PDF digital e impreso
- Full Color,
- 3 ejemplares, (2 para entregar al personal a cargo de administrar el correo electrónico y 1 para archivo)

- Encuadernados.
- Contenido 15 páginas.

Distribución: Se distribuirá a las siguientes personas:

Gerencia

Coordinador del departamento de producción.

## 2.) Cartelera informativa para fortalecer la comunicación interna.

Se colocará una cartelera que ayudara para llevar un control de la producción de los clientes TOP e información que sea de utilidad para transmitir a los colaboradores.



Se colocará una cartelera o/u pizarrón en un área estratégica que servirá para llevar el control de la distribución de los clientes TOP que servirá como medio de comunicación para que los colaboradores vean las cantidades a elaborar y cuando ya hayan sido entregadas adicional para comunicarles información importante de interés entre los colaboradores y Gerencia.

**Forma de entrega:** La entrega se realizará directamente con la gerente y se ayudará en realizar la colocación de la misma.

PIZARRON TAB CORCHO

MARCO /MADERA

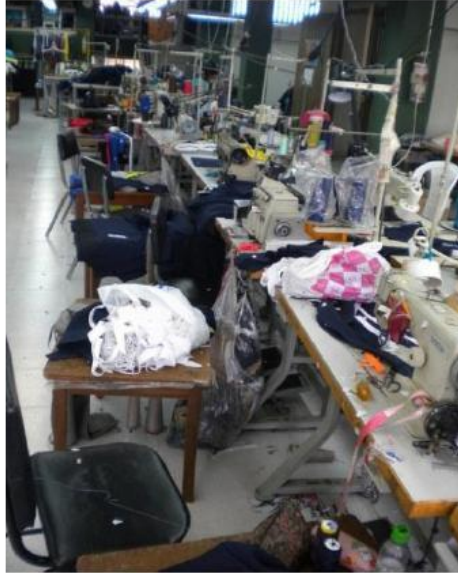
MEDIDAS: 80X120

SKU: 23102

### 3. Ordenamiento del espacio Físico en el Clima Organizacional dentro de la empresa:

Se realizará una mejora en ordenar los espacios físicos que influirá en la productividad y motivación de los colaboradores, la importancia radica que con una mejor organización el ambiente será más agradable y más productivo y hasta más eficiente en la ya que todo estará ordenado y rotulado y mucho más práctico de utilizar.

Antes



Después



#### Forma de Realización:

Se modifican los estantes, y se compran algunas cajas plásticas y un par de gabinetes plásticos con gavetas que ayudaran el orden y espacio físico dentro de la empresa que mejorará la comunicación interna en el clima organizacional de la empresa.



## 2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Para poder realizar las acciones de comunicación es necesario dar a conocer las estrategias y tener conocimiento de las mismas tanto con los Colaboradores como con Gerencia dentro de la empresa.

<b>Accion 1</b>	
<b>A que estrategia responde la accion.</b>	Estrategia de creacion de un Manual para mejorar los procesos de Produccion con los colaboradores y Gerencia.
<b>Problema.</b>	No cuentan con un manual o guia para una mejor productividad.
<b>Producto.</b>	Diseño de la portada y contra portada del Manual.
<b>Objetivo Comunicacional</b>	Fortalecer e informar.
<b>Publico Objetivo</b>	interno (Gerencia)
<b>Medio de Difusion</b>	Digital para la revision de gerencia.

<b>Accion 2</b>	
<b>A que estrategia responde la accion.</b>	Estrategia de creacion de un Manual para mejorar los procesos de Produccion con los colaboradores y Gerencia.
<b>Problema.</b>	No cuentan con un manual o guia para una mejor productividad.
<b>Producto.</b>	Contenido del Manual.
<b>Objetivo Comunicacional</b>	Fortalecer.
<b>Publico Objetivo</b>	interno (Gerencia)
<b>Medio de Difusion</b>	Digital para la revision del continido de parte de gerencia.

### Accion 3

<b>A que estrategia responde la accion.</b>	Estrategia de creacion de un Manual para mejorar los procesos de Produccion con los colaboradores y Gerencia.
<b>Problema.</b>	No cuentan con un manual o guia para una mejor productividad.
<b>Producto.</b>	Induccion y Entrega del Manual
<b>Objetivo Comunicacional</b>	Informar.
<b>Publico Objetivo</b>	interno (Gerencia- Colaboradores)
<b>Medio de Difusion</b>	Impreso 3 ejemplares distribuido al Gerente y encargados del area.

### Accion 4

<b>A que estrategia responde la accion.</b>	Cartelera informativa para fortalecer la comunicación interna.
<b>Problema.</b>	Falta de comunicación interna entre colaboradores y Gerencia.
<b>Producto.</b>	Compra Cartelera
<b>Objetivo Comunicacional</b>	Fortalecer la infirmacion .
<b>Publico Objetivo</b>	interno (Colaboradores - Gerencia)
<b>Medio de Difusion</b>	Cartelera: de Madera y/o Caucho de 80X20 medidas.

### Accion 5

<b>A que estrategia responde la accion.</b>	Cartelera informativa para fortalecer la comunicación interna.
<b>Problema.</b>	Falta de comunicación interna entre colaboradores y Gerencia.
<b>Producto.</b>	Colocacion de la Cartelera en el area desiganda.
<b>Objetivo Comunicacional</b>	Fortalecer la infirmacion con colaboradores y clientes.
<b>Publico Objetivo</b>	Interno (Colaboradores - Gerencia)
<b>Medio de Difusion</b>	Cartelera: de Madera y/o Caucho de 80X20 medidas para colocar infirmacion de interes general y colocar la produccion de entregas de los clientes TOP.

<b>Accion 6</b>	
<b>A que estrategia responde la accion.</b>	Ordenamiento del espacio Físico en el Clima Organizacional dentro de la empresa:
<b>Problema.</b>	Desorden en las areas de trabajo, no cuentan con un ambiente calido de trabajo.
<b>Producto.</b>	Limpieza y verificacion de espacios.
<b>Objetivo Comunicacional</b>	Fortalecer el clima organizacional con los colaboradores
<b>Publico Objetivo</b>	Interno (Colaboradores - Gerencia)
<b>Medio de Difusion</b>	Limpieza y revision de espacios para poder realizar posteriormente el orden de los estantes, gabinetes y cajas plasticas.

<b>Accion 7</b>	
<b>A que estrategia responde la accion.</b>	Ordenamiento del espacio Físico en el Clima Organizacional dentro de la empresa:
<b>Problema.</b>	Desorden en las areas de trabajo, no cuentan con un ambiente calido de trabajo.
<b>Producto.</b>	Orden en los epacios de las areas de produccion.
<b>Objetivo Comunicacional</b>	Fortalecer el clima organizacional con los colaboradores.
<b>Publico Objetivo</b>	Interno (Colaboradores - Gerencia)
<b>Medio de Difusion</b>	Orden y colocacion en los espacios de las areas de produccion de los estantes, gabinetes y cajas plasticas rotuladas.

<b>Accion 8</b>	
<b>A que estrategia responde la accion.</b>	Ordenamiento del espacio Físico en el Clima Organizacional dentro de la empresa:
<b>Problema.</b>	Desorden en las areas de trabajo, no cuentan con un ambiente calido de trabajo.
<b>Producto.</b>	Rotulos con nombres de las diferentes areas.
<b>Objetivo Comunicacional</b>	Informar, fortalecer las areas.
<b>Publico Objetivo</b>	Interno (Colaboradores - Gerencia)
<b>Medio de Difusion</b>	Colocacion de las rotulaciones de las diferentes areas que conforman la empresa.

## CAPÍTULO III

### 3. INFORME DE EJECUCIÓN

#### 3.1 PROYECTO DESARROLLADO

“Estrategias para fortalecer la Comunicación interna en la empresa La Casa de la Confección”

##### 3.1.1 Financiamiento

Un 70% de los gastos fueron asumidos por la empresa y el otro 30% por el epesista, impresiones del manual, señalizaciones como las impresiones del formato fue asumido por el epesista, modificaciones de estanterías, cajas plásticas, pizarrón para la cartelera informativa fue asumido por la empresa.

##### 3.1.2 Presupuesto

Cantidad	Detalle	Precio Unitario	Precio Total
3	Impresión Manual full Color	Q22.50	Q67.50
5	Carteles de señalización	Q35.00	Q175.00
3	Encuadernados de los Manuales	Q10.00	Q30.00
4	Cajas plásticas	Q54.00	Q216.00
4	Modificaciones a estanterías o reparación de muebles	Q150.00	Q600.00
1	Cartelera	Q422.50	Q422.50
1	Servicio de Asesoría comunicacional por el Epesista.	Q8,000.00	Q8,000.00
<b>Total del Proyecto</b>			<b>Q9,511.00</b>

##### 3.1.3 Beneficiarios

**Beneficiarios Primarios-** Se benefició a la empresa La Casa de la Confección principalmente a la Gerente Angélica Juárez y sus colaboradores.

**Beneficiarios Secundarios:** Se beneficia indirectamente a los clientes y proveedores de la empresa.

Sra. Angélica Juárez / Gerente General.

Proporcionó información a detalle y nos dio a conocer las fallas para luego apoyarnos con las estrategias y acciones que se le propusieron.

Colaboradores de la empresa /

Me apoyaran con la encuesta e información de los procesos que se realizan dentro de la empresa.

Beneficiarios	Beneficio
<b>Beneficiarios Primarios:</b>	El Beneficio principal es dirigido a este grupo, ya que la implementacion de estrategias y acciones les servira en mejorar la comunicación interna entre colaboradores tanto como la gerente y en la reduccion de tiempos en su trabajo para poder ser mas eficientes.
Coloboradores de la empresa	
Gerente de la empresa	Beneficio dirigido tambien a la gerente de la empresa ya que con las estrategias trabajadas la produccion de sus colaboradores es mas efectiva.
<b>Beneficiarios Secundarios:</b>	El beneficio secundario se dirige a: Clientes: Confeccion en menos tiempo y mas efectivo. Proveedores: Pedidos con mas frecuencia y pagos en menor tiempo porque por las mejoras de la comunicación interna el proceso de trabajo mejoro.
Clientes	
Proveedores	

### 3.1.4 Recursos Humanos:

- Sra. Angélica Juárez
- Gerente de la empresa
- Me apoyo con la entrevista e información de la empresa con tiempos y procesos que realizan.

Personal	Cargo	Actividad
Sra. Angelica Juarez.	Gerente General de la empresa.	Asesoria y apoyo en trasladar la infirmacion que se utilizo durante los procesos de las acciones realizadas del EPS.

### 3.1.5 Área geográfica de Acción

Plan de Comunicación interna en la empresa La Casa de la Confección, en la 45 Av. 18-69 zona 5 Colonia Chácara, Guatemala, Guatemala.

### 3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS:

**1 - Nombre de la Estrategia:** Creación de un manual para mejorar los procesos de producción con los colaboradores y Gerencia.

**Objetivo Comunicacional:** Fortalecer e Informar.

**Descripción:** Se realizó un manual con los procesos internos de la empresa que servirá para una mejor comunicación entre los colaboradores y para mejorar y fortalecer la comunicación entre compañeros como con la Gerente.

**Acciones:** Diseño de la portada del manual, contenido del manual, revisión del manual con la Gerente, entrega del manual de inducción.



Epesista Mirli Perdomo en proceso de revisión de la portada y contenido del Manual, como la entrega e inducción del mismo con la Gerente Angélica Juárez. – Julio 2017

-Julio 2017

**2- Nombre de la Estrategia:** Cartelera informativa para fortalecer la comunicación interna.

**Objetivo Comunicacional:** Fortalecer e Informar la comunicación interna.

**Descripción:** Se compró una pizarra de caucho que servirá para una mejor comunicación entre los colaboradores y la Gerente que servirá como un canal comunicativo para mejorar y fortalecer la comunicación interna ya que ahí se colocaran anuncios importantes, órdenes de compra de lo que se tiene que producir, facturas y todo tipo de información que le sea útil tanto a los colaboradores como a la Gerente.

**Acciones:** Compra de la Pizarra, colocación e indicación del por que se colocara.



Fotos tomadas por la Epista Mirli Perdomo, colocación de la cartelera en el área de Confección que es la más visible por la empresa para que puedan estar informados. Y en la parte izquierda siempre la Epista Mirli Perdomo terminando de arreglar la cartelera informativa –Julio 2017

- Julio 2017



**3- Nombre de la Estrategia:** Ordenamiento del espacio físico – Clima organizacional de la empresa.

**Objetivo Comunicacional:** Fortalecer el clima organizacional con los colaboradores.

**Descripción:** Se compraron algunas cajas plásticas y se señalaron las áreas y se adaptaron los estantes para un mejor orden para que los colaboradores y la Gerente tengan un mejor clima organizacional.

**Acciones:** Compra de las cajas plásticas, realización de los carteles de la señalización y ordenamiento en los espacios físicos para mejor la comunicación y el clima organizacional.



Fotos tomadas por la episista Mirli Perdomo, área de corte antes de ordenar y estabilizar las estanterías para que queden ordenadas. Julio 2017

Julio – 2017



Fotos tomadas por la episista Mirli Perdomo, muestras de la realización de las prendas colgadas en la ventana y se reubicaron en un estante ya ordenadas. – Julio 2017

-Julio 2017





Epesista Mirli Perdomo en proceso de la señalización de las diferentes áreas de la empresa como de Planchado y Corte –Julio 2017

-Julio 2017



Fotos tomadas por la epesista Mirli Perdomo en el proceso de la señalización de las diferentes áreas de la empresa como de Corte y ojal y botón. –Julio 2017

-Julio 2017



Epesista Mirli Perdomo en proceso de la señalización de las diferentes áreas de la empresa área de confección con las cajas plásticas organizadas –Julio 2017

-Julio 2017



Epesista Mirli Perdomo en proceso del orden en el área de corte donde se encuentran las telas hay fotos del antes y el después tomadas siempre por la epesista. –Julio 2017

-Julio 2017

### 3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Mes	JUNIO				JULIO			
Actividad	1s	2s	3s	4s	1s	2s	3s	4s
Recopilacion de datos para la realizacion del manual.	■							
Toma de fotos de la empresa para revisar la organización.		■						
Realizacion del manual .			■	■				
Compra de materiales a utilizar en la organizacion.				■				
Revisión del Manual con la gerente de la empresa.					■			
Organización y estructuración y colocación de cajas.					■	■	■	
Entrega del Manual de procedimientos e inducción del mismo.					■			
Colocación de carteles de señalización en las diferentes áreas de la empresa.						■	■	
Colocación de la cartelera en una parte estratégica para mejorar la comunicación.					■			
Toma de fotos del después de la organización .							■	■

[http://www.google.com.gt/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&ved=0ahUKEwifwvigovTWAhXDTCYKHxEqC\\_kQjRwIBw&url=http%3A%2F%2Fmarcoterico.blogspot.com%2F2010%2F06%2Fcronograma-de-trabajo-anexos.html&psig=AOvVaw0TVgK0MCggQtzM2LbdRLea&ust=1508213223734098](http://www.google.com.gt/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&ved=0ahUKEwifwvigovTWAhXDTCYKHxEqC_kQjRwIBw&url=http%3A%2F%2Fmarcoterico.blogspot.com%2F2010%2F06%2Fcronograma-de-trabajo-anexos.html&psig=AOvVaw0TVgK0MCggQtzM2LbdRLea&ust=1508213223734098)

### 3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO

Estrategia	Indicadores Cuantitativos	Indicadores Cualitativos
<p>Manual de Procedimientos y procesos de producción para mejorar la comunicación.</p> <p><b>Objetivo:</b> Brindar una guía para que conozcan los procedimientos y procesos internos de la empresa y puedan mejorar los tiempos y mejoren la comunicación interna entre los colaboradores y la Gerente.</p>	<p>De los 15 Colaboradores que hay en la empresa se entregaron 3 para que les pueda servir de guía a los colaboradores que lo necesiten y 1 mas que tendra la gerente en digital y fisico.</p>	<p>Este manual les apoyara en conocer los procesos y procedimientos con exactitud los tiempos estimados de la realizacion de las prendas.</p>
<p>Colocacion de la cartelera Informativa.</p> <p>Objetivo: Brindar informacion interna a los colaboradores de parte del Gerente y que puedan tener una visibilidad fisica .</p>	<p>De los 15 colaboradores que hay en la empresa se coloco una cartelera informativa en un lugar estrategico para que los 15 Colaboradores y la Gerente tengan acceso directo a la informacion que se coloca.</p>	<p>La cartelera informativa les ayudara a tener una mejor comunicación interna ya que visualizaran fisicamente informacion de su interes y directa por la Gerente de la empresa.</p>
<p>Ordenamiento del espacio fisico – Clima organizacional de la empresa.</p> <p>Objetivo ordenar y señalar las areas para que el clima organización y la comunicación sea mas efectiva entre los colaboradores.</p>	<p>De los 15 colaboradores que hay en la empresa se benefician el 100 % de esta estrategia.</p>	<p>Este proceso de ordenar y señalar las areas les ayudara a mejorar el clima organizacional y que la comunicación sea mas efectiva porque con el orden ellos sabran donde se encuentra todo.</p>

## CONCLUSIONES

A través de la implementación de las estrategias se pudo constatar la importancia de realizar un buen diagnóstico comunicacional, es necesario utilizar los medios adecuados para determinar los problemas comunicacionales dentro de la empresa y de allí, proponer acciones que de alguna manera fortalezcan la comunicación interna y el clima organizacional.

A través de los canales de comunicación internos se logró alcanzar los objetivos propuestos, debido a que se pudo constatar que la comunicación interna estaba débil y con las estrategias y acciones realizadas acrecentando la participación de los colaboradores y la gerente fueron efectivas las acciones.

## RECOMENDACIONES

Se sugiere realizar un diagnóstico comunicacional al menos una vez al año para mantener los niveles de estándares en la comunicación interna y que la empresa pueda cumplir con sus objetivos propuestos.

Evaluar que los canales o herramientas de comunicación estén teniendo un uso correcto y que la información llegue de manera efectiva a todos los colaboradores.

Darle seguimiento para que utilicen el Manual los colaboradores y el formato realizado para que sea efectiva la comunicación. Esto debido a que es necesario seguir reforzando el clima organizacional y la comunicación interna.

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Antecedentes:** Este término puede utilizarse para hablar de una circunstancia o acción que sirve como referencia para comprender con mayor exactitud un hecho posterior.
- **Acciones:** Actos que realiza una persona, con un fin determinado, en un ámbito específico y que afecta, incluye o comparte con otras personas.
- **Canal:** Es el medio de transmisión por el que viajan las señales portadoras de información entre emisor y receptor. Es frecuente referenciar también como canal de medios.
- **Comunicación:** Es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo.
- **Descriptivo** Realiza una descripción de algún elemento, puede centrarse una persona, un animal, un paisaje, un objeto o situación.
- **Diagnóstico** Es una palabra que tiene su origen etimológico con el griego y más aún en la unión de tres vocablos de dicha lengua, hace referencia a diagnosticar, recabar datos para analizarlos e interpretarlos.
- **Encuesta: Serie** de preguntas que se hace a muchas personas para reunir datos o para detectar la opinión pública sobre un asunto determinado.
- **Estadística** Ciencia que utiliza conjuntos de datos numéricos para obtener, a partir de ellos, inferencias basadas en el cálculo de probabilidades.
- **Estrategias: Es** el conjunto de acciones que se implementaran en un contexto determinado con el objetivo de lograr el fin propuesto.
- **Internacional: Es** un adjetivo que se utiliza preferentemente cuando se requiere hacer referencia a la interacción que se da entre dos naciones o una determinada agrupación que se encuentra conformada por socios que pertenecen a dos o más países.
- **Investigación: Se** considera una actividad humana, orientada a la obtención de nuevos conocimientos y su aplicación para la solución a problemas o interrogantes de carácter científico.

- **Manual: Instrumento** administrativo que contiene de forma explícita, ordenada y sistemática información sobre objetos, políticas, atribuciones, organización y procedimientos de los órganos de una institución.
- **Plan de Comunicación:** Es un documento que recoge las políticas, estrategias, recursos, objetivos y acciones de comunicación, tanto interna como externa, que se propone realizar una organización
- **Planificación: Los** esfuerzos que se realizan a fin de cumplir objetivos y hacer realidad diversos propósitos se enmarcan dentro de una planificación.
- **Procedimiento: Es** un término que hace referencia a la acción que consiste en proceder, que significa actuar de una forma determinada. También está vinculado a un método o una manera de ejecutar algo.
- **Público Objetivo** Es una noción que se emplea en el ámbito del marketing y la publicidad. El concepto hace referencia a un consumidor representativo e ideal al cual se dirige una campaña o al comprador al que se aspira a seducir con un producto o servicio.
- **Recolección: Se** refiere al proceso y el resultado de recolectar un dato, una información que permite generar un cierto conocimiento.



## BIBLIOGRAFÍA

- Rosa Jiménez Paneque, 1998 “Metodología de la Investigación elementos básicos para la investigación” La Habana.
- Master Silvia Fernández Soto, 1993 “La Investigación Diagnostica y el análisis. Buenos Aires.
- Dávila Newman, Gladys, El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y Socials Laurus, vol. 12, núm. Ext, 2006, pp. 180-205 Universidad Pedagógica Experimental Libertador Caracas, Venezuela.
- Hernández Sampieri, Roberto. (2005). 4a. edición del libro Me- todo logra de la investigación México: McGraw- Hill Interamericana Editores.
- Hernandez Sampieri, Roberto et al. Metodología de la Investigación
- 2. ed McGraw- Hill Mexico, D.f., 2001.7. Bibliografía
- (Handsome, Richard y Norman, Philip: Liderazgo Estratégico. Mc Graw Hill Interamericana de España. Madrid, 1993.)

## EGRAFIA

- [http://educativa.catedu.es/44700165/aula/archivos/repositorio/1000/1248/html/41\\_el\\_mtodo\\_inductivo\\_y\\_el\\_mtodo\\_deductivo.html](http://educativa.catedu.es/44700165/aula/archivos/repositorio/1000/1248/html/41_el_mtodo_inductivo_y_el_mtodo_deductivo.html).
- <http://www.obs-edu.com/int/blog-project-management/diagramas-de-gantt/que-es-un-diagrama-de-gantt-y-para-que-sirve>.
- <https://es.slideshare.net/Bernachi/los-metodos-mixtos>

## ANEXOS

### 8.1 Transcripción completa de la entrevista 1

Universidad San Carlos de Guatemala

Anexo: 1

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Elaborado Por: Mirli Janeth Perdomo Cabrera

Entrevista para el Diagnóstico Comunicacional Interno en la Empresa La Casa de la Confección a la Gerente General Angélica Juárez. Haciendo una síntesis de una entrevista tornada en ambiente cálido de conversación con la Gerente de La Casa de la Confección, se denotaron algunos puntos por fortalecer y otros por mantener e incrementar aún más.

Como punto de partida se tuvo la descripción general de la empresa **“La Casa de la confección es un gran tesoro llenos de bendiciones que gracias a Dios año con año ha ido incrementándose gracias a un grupo de personas que labora acá. En el poco tiempo que tiene de existir me he topado con gente que viene con grandes necesidades algunos vecinos, conocidos de muchos años otros que el destino ha puesto en mi camino inclusive gente de aldeas muy remotas del país y su agradecimiento se ve reflejado en el buen desempeño laboral dentro de la empresa** ¿Considera que se cuenta con una estructura de comunicación dentro de la empresa? **“Desde que se inició la empresa la estructura en si aún no se ha complementado y por el momento es algo que quiero implementar con mis colaboradores ya que no cuento con una estructura de áreas específicas de departamentos y tampoco de comunicación con ellos únicamente la directa** “transcurriendo así la entrevista la Sra., Angélica Juárez recalco la eficiencia y eficacia de cada uno de sus trabajadores, sin embargo denoto la falta de estructura de empresa formal como tal **“La casa de la confección surgió como un taller de confección enfocado a producciones grandes, no como un taller de sastrería habitual”** ¿Cuál fue su mayor desafío al trabajar con sus colaboradores y sus procesos internos? **“Mi mayor desafío ha sido que sin tener una estructura completa y sin tanto conocimiento del área de la empresa que implemente he tenido la comunicación**

con mis colaboradores y he logrado darme a entender y transmitir que quieren mis clientes y lograr crecer hasta en el punto que estoy” y como entre las debilidades que resaltaron en el transcurso de la entrevista son:

- Falta de reporte de producción diario
- Descontrol en el stock de materiales
- Carencia de un sistema efectivo de control en situaciones de emergencia

¿Considera que la empresa cuenta con canales de comunicación con sus colaboradores? “ **No aun no cuento con canales de comunicación más que solo la directa que tengo con ellos para girarles instrucciones de que tienen que hacer o bien vía teléfono es algo que quiero implementar para que sea más efectiva la comunicación y mi sobrecarga laboral baje y exista un proceso más estructurado** “Sobrecarga laboral en la Gerente General “**Entre las dificultades que se presentan día a día es el estrés por la tensión de clientes vía telefónica y correos electrónicos sumándole a esto que mi tiempo está dividido en cobros, entregas, control de producción, control de calidad y demás cosas que me encargo dentro de la empresa**”. ¿Existe algún medio de comunicación con sus clientes? “**Si cuento con un correo electrónico con el cual me comunico con ellos para enviarles cotizaciones y con algunos clientes la comunicación ha sido directa, pero no con todos**”

Se logró identificar que el sobrecargo de trabajo es debido a que la empresa no cuenta aún con todos sus departamentos establecidos y ninguna estructura de comunicación que les ayude en tener un mejor control con todos sus procesos que realizan.

## Transcripción completa de la entrevista 2

Universidad San Carlos de Guatemala

Anexo: 1

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Elaborado Por: Mirli Janeth Perdomo Cabrera

Entrevista para el Diagnóstico Comunicacional Interno en la Empresa La Casa de la Confección ha aun Colaborador. Haciendo una síntesis de una entrevista tornada en ambiente cálido de conversación con un colaborador de La Casa de la Confección, se denotaron algunos puntos. Como punto de partida se tuvo la descripción general de la opinión de que se siente estar en la empresa y desde hace cuánto tiempo pertenece“

**Me siento muy feliz y satisfecha de pertenecer a la empresa ya que tengo 5 años de estar aquí prácticamente desde que se inició la empresa ya formalmente y han sido de retos y aprendizajes cada día pero he crecido poco a poco y ahora conozco varios procesos y sé que mi trabajo es valorado cuando veo que los clientes siguen incrementando sus pedidos”** ¿Considera que se cuenta con una

estructura de comunicación dentro de la empresa? **“Considero que aún no está estructurada ya que en su mayoría la comunicación es más directa con mi Jefa y con mis compañeros porque no existe otro medio más que solo hablado o bien vía teléfono”** transcurriendo así la entrevista con la colaboradora comentaba

experiencias que ha tenido durante estos años y las vivencias que ha tenido **“ En muchas ocasiones hemos corrido con pedidos que nos ha tocado quedarnos trabajar hasta tarde, pero lo hemos logrado ya que los clientes siguen pidiendo y cada vez más, puedo decir que veo hasta el crecimiento en los clientes porque antes pedían cierta cantidad ahora piden más del doble o muchísimo más”** ¿Cuál

fue su mayor desafío al trabajar con sus compañeros y los procesos internos de la empresa? **“Mi mayor desafío ha sido que nos tenemos que entender entre nosotros y ponernos de acuerdo como vamos a realizar cada tarea que nos encomiendan para poder cumplir con lo que nos piden para los clientes”**

¿Considera que la empresa cuenta con canales de comunicación con sus compañeros? **“Considero que no hay varios canales de comunicación únicamente utilizamos**

**más” ¿Considera que existe algún medio de comunicación con los clientes? “Si la empresa cuenta con un correo electrónico el cual se comunica mi Gerente con los clientes para enviarles información y sé que a veces ella se reúne con algunos clientes más con los que están en la capital”**

## **Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos de los entrevistados**

## LISTA DE ACCIONES

Actividad	Realizada	No Realizada	Descripcion
Diseño de porta y contra portada del Manual.	X		Si se realizo la creacion de la portada del Manual.
Realizacion del Manual.	X		Se diseño y realizo el manual con el tenido proporcionado por el cliente.
Induccion y entrega del Manual.	X		Se entrego el manual y se realizo la induccion y explicacion del mismo para que puedan implementarlo.
Compra Cartelera.	X		Se realizo la compra del pizarron que servira como cartelera informativa con los colaboradores.
Colocacion de la cartelera en el area designada.	X		Se realizo la colocacion de la cartelera en un area estrategica para que puedan visualizarla todos los colaboradores.
Limpieza y verificacion de espacios.	X		Se realizo la verificacion de espacio y la limpieza de los diferentes departamentos de la empresa.
Orden en los espacios de produccion.	X		Se realizo el orden en los espacios de las estanterias y areas de produccion.
Rotulacion de las areas de las diferentes areas.	X		Se realizaron los carteles de señalizacion y se colocaron en las diferentes areas de la empresa.



## 8.2. Transcripción Completa de la encuesta

Universidad San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Elaborado Por: Mirli Janeth Perdomo Cabrera

Encuesta para el Diagnóstico Comunicacional Interno en la Empresa La Casa de la Confección

Sexo: Femenino \_\_\_\_\_ Masculino \_\_\_\_\_

**Instrucciones: A continuación, se presentan una serie de preguntas las cuales debe encerrar en un círculo dependiendo su elección:**

1- ¿La empresa cuenta con un canal de comunicación interno?

**Sí No**

2- ¿Considera que su desempeño puede mejorar implementando un sistema de comunicación de control de producción?

**Sí No**

3- ¿Considera importante que exista un medio de comunicación efectivo con su Gerente y compañeros?

**Sí No**

4- ¿Considera que se desarrolla la comunicación efectiva con sus compañeros en el área laboral?

**Sí No**

5- ¿Conoce cuáles son las estrategias de comunicación interna y la dirección de la empresa?

**Sí No**

6- ¿Ha notado irregularidades en la comunicación con sus demás áreas de trabajo?

**Sí No**

7- ¿Ha trabajado anterior mente con un modelo de trabajo estructurado?

**Sí No**



**Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada**

Nombre del Alumno (a): Mirli Janeth Perdomo Cabrera  
 No. Carné y DPI: 1960361190101  
 Jefe o Encargado (a): Sra. Angélica Juárez  
 Institución o Empresa: La Casa de la Confección  
 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: 03	Junio				5	5	8	18 Hrs.
2	Del: 05 / Al: 10	Junio	5	5	5	5	5	8	33 Hrs.
3	Del: 12 / Al: 17	Junio	5	5	5	5	5	8	33 Hrs.
4	Del: 19 / Al: 24	Junio	5	5	5	5	5	8	33 Hrs.
5	Del: 26 / Al: 01	Junio/Julio	5	5	5	5	8	8	36 Hrs.
6	Del: 03 / Al: 08	Julio	5	5	5	5	5	8	33 Hrs.
7	Del: 10 / Al: 15	Julio	5	5	5	5	5	8	33 Hrs.
8	Del: 17 / Al: 22	Julio	5	6	6	6	6	8	37 Hrs.
9	Del: 24 / Al: 29	Julio	6	6	6	6	6	8	38 Hrs.
10	Del: 31 / Al:	Julio	6						6 Hrs.
<b>TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS</b>									<b>300 Hrs.</b>

*Angélica Juárez*  
 (f)   
 Nombre, firma y sello(a) o Encargado

(f) \_\_\_\_\_  
 Nombre Supervisor—Supervisor EPSL

**LA CASA**  
DE LA CONFECCIÓN

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
EPS, LICENCIATURA 2017



**La Casa de la Confección,**

Un gusto poder saludarle, deseando éxitos en cada una de sus actividades diarias.

Por medio de la presente hacemos constar la entrega del **Manual de Procedimientos y procesos de producción para el fortalecimiento en la comunicación interna**. Lo cual fue revisado y aprobado para uso interno de la empresa.

La realización del mismo estuvo bajo supervisión de la epesista Mirli Janeth Perdomo Cabrera, quien se identifica con el No. De DPI 1960361190101 y de Carne 201016610, estudiante de Ciencias de la comunicación de la universidad de San Carlos de Guatemala como parte del EPS Licenciatura 2017, y costeado por la Epesista.

Por lo cual, se extiende la Presente a los 6 días del mes de Julio del presente año.



Angélica Juárez

Gerente General, La Casa de la Confección

Recibe (Firma y sella)

Mirli Janeth Perdomo Cabrera

Epesista

**LA CASA**  
DE LA CONFECCIÓN

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
EPS, LICENCIATURA 2017



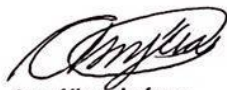
**La Casa de la Confección,**

Un gusto poder saludarle, deseando éxitos en cada una de sus actividades diarias.

Por medio de la presente hacemos constar la entrega del **Cartelera Informativa para fortalecer la comunicación interna**. Lo cual fue revisada y aprobada para uso interno de la empresa.

La compra y colocación de la misma estuvo bajo supervisión de la epesista Miri Janeth Perdomo Cabrera, quien se identifica con el No. De DPI 1960361190101 y de Carne 201016610, estudiante de Ciencias de la comunicación de la universidad de San Carlos de Guatemala como parte del EPS Licenciatura 2017, y costado por la Empresa.

Por lo cual, se extiende la Presente a los 7 días del mes de Julio del presente año.



Angélica Juárez

Gerente General, La Casa de la Confección

Recibe (Firma y sella)

Miri Janeth Perdomo Cabrera

Epesista

**LA CASA**  
DE LA CONFECIÓN



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
EPS, LICENCIATURA 2017



**La Casa de la Confección,**

Un gusto poder saludarle, deseando éxitos en cada una de sus actividades diarias.

Por medio de la presente hacemos constar la entrega del **Ordenamiento del espacio físico- clima organización de la empresa (Señalización con carteles)**. Lo cual fue revisada y aprobada para uso interno de la empresa.

La compra y colocación de los carteles de señalización y el ordenamiento de los espacios físicos de los mismos estuvo bajo supervisión de la epesista Mirli Janeth Perdomo Cabrera, quien se identifica con el No. De DPI 1960361190101 y de Carne 201016610, estudiante de Ciencias de la comunicación de la universidad de San Carlos de Guatemala como parte del EPS Licenciatura 2017, y costado por la Empresa y el Epesista.

Por lo cual, se extiende la Presente a los 28 días del mes de Julio del presente año.



Angélica Juárez

Gerente General, La Casa de la Confección

Recibe (Firma y sella)

Mirli Janeth Perdomo Cabrera

Epesista

**LA CASA**  
DE LA CONFECCIÓN