

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



**“Plan de Comunicación Interna de la Organización  
Krypton Security”**

Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura.

Presentado al Honorable Consejo directivo por:  
**Mario Alexander Vicente**  
**200014134**

Previo a portar el título de:

**LICENCIADO 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:**

M.A. Jhonny Michael González Batres

**Secretaria:**

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos.

**Coordinador de EPS Licenciatura**

Lic. Luis Arturo Pedroza Gaytán.

**Supervisores de EPS Licenciatura**

Licda. Sandra Nohemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios



Guatemala, 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 **MARIO ALEXANDER VICENTE** con número de carné: "200014134" de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución, 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 de la Organización Kripton Security**" entregando el material respectivo y debidamente recibido por: "Kripton Security"

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. Diego Luna  
Gerente de Ventas



Muchos le ofrecen seguridad, solo KRIPTON SECURITY le brinda total tranquilidad

0 Calle 16-45 Zona 15 • colonia El Maestro • Ciudad de Guatemala  
PBX: (502) 2379-9999 • El Salvador (503) 2560-2900 • Honduras (504) 2516-0675 - Panamá (507) 209-8147  
[www.kriptonsecurity.com](http://www.kriptonsecurity.com) • [ventas@kriptonsecurity.com](mailto:ventas@kriptonsecurity.com)



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



Guatemala 23 de octubre de 2017

Estudiante  
Mario Alexander Vicente  
200014134  
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

Me complace informarle que he revisado su informe final de EPS de Licenciatura con el título **PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA DE LA ORGANIZACIÓN KRIPTON SECURITY**. 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:

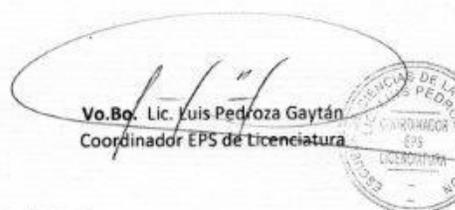
- Biblioteca USAC
- Biblioteca ECC
- Secretaría ECC
- Institución o empresa
- Coordinación EPSL

Sin otro particular



Licda. Sandra Noemí 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 bendición de respirar día con día y poder llegar a culminar esta fase tan especial en mi vida. Por tu amor infinito y por ser mi guía en cada momento de mi vida.
- A MI MADRE:** Juana Vicente, por ser ese Ángel que Dios me regalo en la vida. Por el sacrificio de sus manos y por el cansancio de sus pies, por eso hoy esto es más suyo, que mío. Gracias madre por estar conmigo en toda etapa de esta vida.
- A MI HERMANA:** Aura Blandina y mi cuñado Nelson, por sus oraciones constantes y por sus consejos que siempre están presentes y por su cariño incondicional.
- A MIS SOBRINOS:** Mariela, Dagoberto, Nelson y Diana, por su atención y por su cariño y que este triunfo sea un ejemplo para que ustedes puedan lograr los suyos sin importar el tiempo. Los quiero mucho.
- A MIS TIOS:** Por su cariño, su humildad y sencillez, la cual me ha enseñado a seguir adelante sin perder la razón de ser un hombre humilde.
- A LAS FAMILIAS:** Aquino Toledo, Fuentes Aquino, Aquino Castillo, Fajardo Aquino, Aquino Gabriel a todos ustedes por tomarme en cuenta dentro de su núcleo familiar y formar parte de mi vida y por cada uno de sus consejos y oraciones. A todos ustedes los aprecio y los quiero.

## AGRADECIMIENTOS

A la **Universidad San Carlos de Guatemala**, por darme la enseñanza necesaria para poder llegar a ser un profesional.

A la **Escuela de Ciencias de la Comunicación**, por compartir con los docentes sus conocimientos para emprender el camino al éxito y lograr este triunfo.

A la **Empresa Krypton Security**, por darme la oportunidad de poder ejercer mis prácticas y poder compartir el conocimiento adquirido.

Al **Licenciado Diego Luna**, por extenderme su apoyo oportuno y brindarme su confianza para poder culminar este proyecto de estudio. Muy agradecido.

A la **Licenciada Sandra Hernández**, por su tiempo, su apoyo, su paciencia, sus consejos y asesoría en esta fase de estudio. Muy agradecido.

A la familia **González Jiménez**, quienes me han brindado su cariño y por tomarme siempre en cuenta. Muy agradecido.

A **Ana Aracely Jiménez Pineda**, por tu cariño, tus consejos, tu tiempo, por tus oraciones y el apoyo que siempre me has brindado en cada momento. Y por la confianza en abrirme las puertas de tu hogar. Eternamente agradecido.

A mis **Amigos**, de la universidad, del trabajo, de la iglesia, de la colonia, a todos, gracias por formar parte de mi vida, se les aprecia.

## ÍNDICE

RESUMEN.....	I
INTRODUCCIÓN.....	II
JUSTIFICACIÓN .....	III
CAPÍTULO I.....	1
1. DIAGNÓSTICO .....	1
1.1. OBJETIVOS DEL DIGANÒSTICO .....	1
1.1.1. Objetivo General .....	1
1.1.2. Objetivo Específico.....	1
1.2. LA INSTITUCIÒN: KRIPTON SECURITY .....	1
1.2.1. Ubicación Geográfica .....	1
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas.....	1
1.2.3. Antecedentes o Historia. ....	1
1.2.4. Departamento o dependencias. ....	2
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. ....	5
1.3. METODOLOGÍA.....	6
1.3.1. Descripción del Método.....	6
1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección. ....	8
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico .....	9
1.4. RECOLECCIÓN DE DATOS.....	10

1.4.1. Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas.....	10
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN.....	15
1.5.1. Fortalezas.....	15
1.5.2. Oportunidades,.....	15
1.5.3. Debilidades.....	15
1.5.4. Amenazas. ....	15
CAPÍTULO II.....	16
2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....	16
2.1. Antecedentes Comunicacionales. ....	16
2.2. Objetivos de Comunicación.....	16
2.2.1. Objetivo General ....	16
2.2.2. Objetivo Específico.....	16
2.3. Público Objetivo ....	17
2.4. Mensaje.....	17
2.5. Estrategias. ....	18
2.6. Acciones de Comunicación .....	19
CAPÍTULO III .....	21
3. INFORME DE EJECUCIÓN. ....	23
3.1. Proyecto Desarrollado.....	23
3.1.1. Financiamiento .....	23
3.1.2. Presupuesto .....	24
3.1.3. Beneficiarios.....	25
3.1.4. Recursos Humanos.....	25
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción .....	26
3.2. Estrategias y acciones desarrolladas .....	26

3.3. Cronograma de Actividades.....	33
3.4. Control y seguimiento.....	34
CONCLUSIONES.....	35
RECOMENDACIONES.....	36
Glosario de términos .....	37
BIBLIOGRAFÍA.....	40
E grafía.....	41
Modelo de la Encuesta. ....	42
Ficha de la Entrevista. ....	44
Transcripción completa de Entrevistas .....	45
Tabla comparativa. ....	46
Vaciado de la encuesta .....	47
Documentación Fotográfica.....	49
Listado de asistencia a la capacitación. ....	51
Ficha de registro de horas. ....	52

# RESUMEN

## **Nombre de la Institución.**

Krypton Security.

## **Nombre del Proyecto.**

Plan de Comunicación Interna en la Organización Krypton Security.

## **Objetivos del Proyecto.**

### **General.**

Presentar un plan estratégico de comunicación interna en la Organización Krypton Security.

### **Específico**

- Fortalecer la confianza de los empleados de la empresa, para estimular una adecuada fluidez comunicacional.
- Efectuar actividades que impulsen a mejorar las relaciones entre los departamentos de la institución, para promover un clima laboral que ayude a la comunicación..
- Fomentar la política de comunicación interna, que apoyen a una comunicación efectiva, para poder alcanzar los objetivos de las actividades laborales.

## **Sinopsis del Proyecto.**

Krypton Security, es una empresa de seguridad privada de carácter civil, con formación disciplinaria similar a la de la Policía Nacional Civil. Con este proyecto se pretende mejorar la comunicación interna y el clima laboral que existe dentro de la organización, así como fortalecer los valores institucionales, esto mediante estrategias de comunicación para eliminar obstáculos que impiden obtener una mejor comunicación.

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto se realizó con el fin de dar a conocer que tan importante es solventar los problemas de comunicación interna que existe dentro de una organización. En este caso se ejecutó en una empresa de seguridad, tomando en cuenta solo el área administrativa.

Los distintos problemas de comunicación comienzan con la relación del personal interno de una empresa: falta de comunicación, no existe un buen clima laboral, la poca importancia o apoyo del trabajo en equipo o el desconocimiento de la filosofía de la institución.

Se seleccionó esta institución para efectuar este proyecto, en el cual se da a conocer la ausencia de un buen manejo de Comunicación interna, por lo consiguiente se elaboró una recopilación de información a través de encuestas realizadas específicamente para el personal interno de la empresa, y efectivamente se determinó que el personal tiene un problema de comunicación interno.

Así mismo, se elaboró un plan de comunicación para poder llevar a cabo estrategias que puedan apoyar y ayudar a mejorar este problema de comunicación. Se efectuó un cronograma de actividades para poder desarrollar las actividades y acciones que se planearon.

## JUSTIFICACIÓN

El actual proyecto: Plan de Comunicación Interna en la organización Krypton Security, se elaboró con el objetivo de conocer la importancia que tiene la comunicación interna dentro de las organizaciones y la necesidad de mejorar el clima laboral dentro de la institución, para botar las barreras que están interviniendo en la comunicación interna.

La razón o justificación por el cual se elaboró este proyecto es para dar a conocer la importancia que al realizar un mejor trabajo comunicativo se pudo lograr alcanzar las metas y los objetivos que se tienen propuestas dentro de la organización. Con este proyecto se solucionan los problemas de comunicación que existe con el personal interno de la organización, a través de acciones que se desarrollaron en las actividades con el personal.

Lo que se logro al termino de este trabajo, es que el personal de la institución se informó que sin un diagnóstico no pueden conocer la raíz del problema, que sin un plan, no puede combatir la mala comunicación, y sin la ejecución del plan , no se puede tener una comunicación verdaderamente estratégica, eficaz y valorable, el cual impediría realizar los objetivos y alcanzar las metas establecidas, y sin voluntad de poder construir una imagen organizacional que favorezca los objetivos y necesidades principales de la empresa.

# CAPÍTULO I

## 1. DIAGNÓSTICO

### **“Diagnóstico de Comunicación Interna de la Organización Krypton Security”**

#### 1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

##### 1.1.1. Objetivo General

Presentar diagnóstico de comunicación para evidenciar los problemas de comunicación que existe dentro de la organización.

##### 1.1.2. Objetivo Específico

- Conocer las estrategias de los procesos de comunicación interna.
- Analizar el clima laboral en la institución.
- Identificar los problemas de comunicación interna que se presenta dentro de la institución.

#### 1.2. LA INSTITUCIÓN: KRIPTON SECURITY

##### 1.2.1. Ubicación Geográfica

0 calle 16-45 zona 15, colonia El Maestro.

##### 1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

Dispositivos Inteligentes de Seguridad; Ruta Logística, Expertos Consultores y Asociados, Tayco.

##### 1.2.3. Antecedentes o Historia.

Servicios domiciliarios y comerciales de Seguridad. Krypton Security es una empresa de servicios de seguridad privada que fue autorizada a prestar sus

servicios mediante el Acuerdo Ministerial No. 297-97, de fecha 4 de agosto de 1997, emitido por el Ministerio de Gobernación, y publicado en el Diario Oficial de Centro América, autorizando a dicha empresa a prestar sus servicios a partir del 7 de noviembre de 1997.

Krypton Security, es una empresa de seguridad privada de carácter civil, con formación disciplinaria similar a la de la Policía Nacional Civil, su sede está ubicada en la ciudad capital de Guatemala: 0 calle 16-45 zona 15, colonia El Maestro.

Esta empresa proporciona servicios de seguridad y vigilancia.

#### 1.2.4. Departamento o dependencias.

Esta empresa cuenta con los departamentos de:

- Gerencia General.
- Departamento de Recursos Humanos.
- Departamento de Contabilidad.
- Departamento de Créditos y Cobros.
- Gerente de Ventas.
- Departamento de Ventas.
- Departamento de Área Técnica.
- Departamento de Seguridad.
- Dependencia Servicio al Cliente.
- Departamento de Pruebas de Polígrafo.

#### 1.2.5. Misión.

Prestar servicio de seguridad, vigilancia y monitoreo, haciendo uso de la tecnología de actualidad, a toda aquella persona, familia o empresa honrada que requiera de sus servicios.

#### 1.2.6. Visión.

Proporcionar un servicio de alta calidad, haciendo uso de la tecnología más moderna para prestar servicios de seguridad, vigilancia y monitoreo, a un costo competitivo dentro del mercado de la seguridad, teniendo una cobertura total en América Latina.

#### 1.2.7. Objetivos Institucionales.

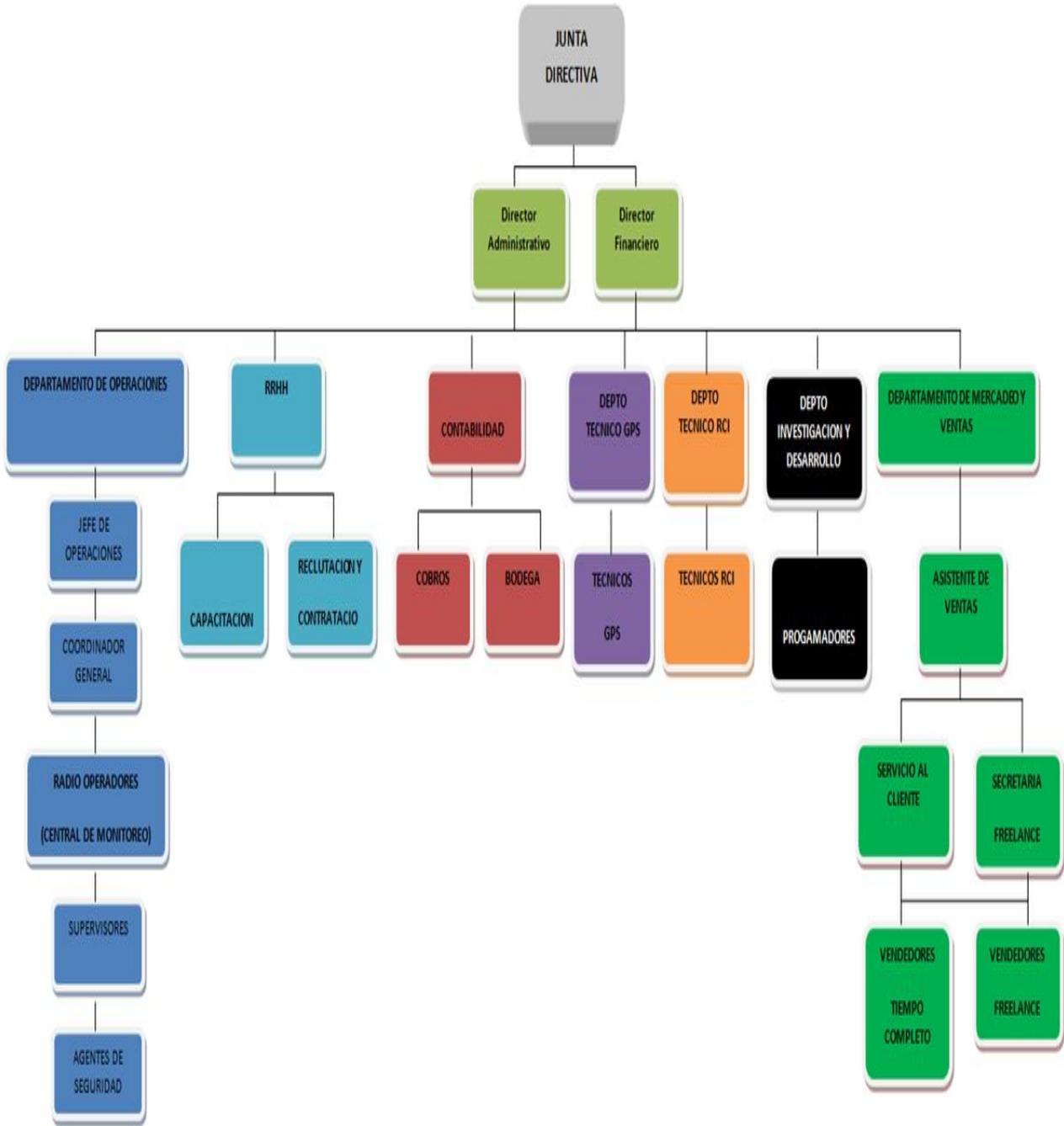
- a) La prestación de servicios profesionales de seguridad a personas individuales y/o jurídicas para proteger a las personas físicas y a los bienes, ya sea que estos se encuentren dentro de un bien inmueble o en tránsito e inclusive la protección específica de dinero o valores.
- b) Investigar técnicamente delitos o infracciones a la ley, así como asuntos de índole civil.
- c) Proteger la vida y seguridad de las personas que laboran o que por cualquier causa legítima se encuentra en los edificios o instalaciones donde preste sus servicios.
- d) Servicios de información, protección y colaboración en el descubrimiento de delitos con las personas y sus bienes, salvaguardando la confidencialidad que el caso amerite.
- e) Servicios de vigilancia, protección, prevención y seguridad.

- f) Protección y transporte de dinero, valores consignados en documentos, artículos y objetos de arte, de valor y de las personas que por razón de su cargo son responsables del manejo y disposición de esos valores.
- g) Protección controlada por radio, cronómetro o dispositivos electrónicos y por la presencia física de los oficiales y agentes integrantes de la empresa en traje de uniforme, de toda clase de bienes propiedad de personas naturales o jurídicas.
- h) Servicios de pago o nómina de personas naturales o jurídicas en representación y a solicitud de ellas.
- i) Servicios de planificación e inspección de seguridad en instalaciones industriales, agropecuarias, comerciales bancarias y residenciales.
- j) Servicio de prevención de pérdida de bienes e inmuebles de personas naturales o jurídicas.
- k) Servicios temporales para el cuidado de personas en general, por razones de edad, salud, incapacidad o invalidez física.

#### 1.2.8. Público Objetivo.

- Personas individuales.
- Personas jurídicas.

1.2.9. Organigrama.



### 1.3. METODOLOGÍA.

#### 1.3.1. Descripción del Método.

El método es un conjunto de procedimiento, que valiéndose de los instrumentos o técnicas necesarias, examina o soluciona un problema o conjunto de problemas. (Bunge 1980).

El método es un procedimiento o conjunto de procedimientos que sirven de instrumento para alcanzar los fines de investigación. (Bisquerra, 2000).

Se utilizará el enfoque cuantitativo, el cual nos ayudara a medir y estimar con que magnitud se dan los problemas más recurrentes dentro de la organización. Esto nos ayudara a describir, explicar y comprobar de una manera objetiva los resultados que se encontrarán dentro de la investigación.

Se utilizará el enfoque cualitativo, de acuerdo a las observaciones que se estarán realizando dentro de la organización y tener un tipo de entrevista con preguntas abiertas, ya que se desea indagar más en el tema de la comunicación interna para poder llegar a la raíz de la situación y tener puntos de vista diferentes para hacer las comparaciones y evaluar el desarrollo natural de los sucesos.

#### Método Científico.

Kerlinger, (como se citó en Sampieri, 2014) “El método de investigación científica, como un tipo de investigación, sistemática, controlada, empírica y crítica, de proposiciones hipotéticas sobre las presumidas relaciones entre fenómenos naturales”.

Sampieri, Collado y Lucio, (2014). Afirman: Esto significa que es un proceso dinámico, cambiante y continuo, compuesto por una serie de etapas, las cuales se derivan unas de otras. La investigación científica es, en esencia, como cualquier tipo de investigación, sólo que más rigurosa, organizada y se lleva a cabo cuidadosamente.

Tal clase de investigación cumple dos propósitos fundamentales: a) producir conocimiento y teorías (investigación básica) y b) resolver problemas (investigación aplicada). Gracias a estos dos tipos de investigación la humanidad ha evolucionado. La investigación es la herramienta para conocer lo que nos rodea y su carácter es universal.

La investigación científica se concibe como un conjunto de procesos sistemáticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno; es dinámica, cambiante y evolutiva. Se puede manifestar de tres formas: cuantitativa, cualitativa y mixta. Los enfoques cuantitativo, cualitativo y mixto constituyen posibles elecciones para enfrentar problemas de investigación y resultan igualmente valiosos. Son, hasta ahora, las mejores formas diseñadas por la humanidad para investigar y generar conocimientos.

- Enfoque cuantitativo. Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base a la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías. (Sampieri, Collado y Lucio., 2014. p.4)
- Enfoque cualitativo. Utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación. (Sampieri, Collado y Lucio., 2014. p.7)

El proceso de investigación que se estará realizando para este proyecto de EPS, será de investigación científica, con enfoque cuantitativo y cualitativo (mixto). Esto nos ayudará a profundizar nuestra investigación y conocer con exactitud el problema que abarca el área de comunicación interna dentro de la organización. Se analizará la percepción que tiene el empleado acerca de cómo se ha manejado la comunicación y hacerle saber cuáles son los puntos importantes para brindar un mejor servicio teniendo las herramientas necesarias.

### 1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección.

Es importante señalar que el manejo de las técnicas y el diseño de los instrumentos de recolección y análisis de datos está en función de las hipótesis y objetivos de la investigación los que, a su vez, se ubican en determinado marco explicativo de la realidad social (el marxismo y el funcionalismo, por ejemplo). (Soriano, 2000. p.197).

Entre los que se destaca son los siguientes:

- La observación: Puede emplearse en las visitas preliminares para reconocer y delimitar el área de trabajo con el fin de obtener información para estructurar el marco teórico y conceptual.
- La entrevista: Esta técnica se emplea en diversas disciplinas tanto sociales como de otras áreas, sirve para realizar estudios de carácter exploratorio, ya que permite captar información abundante y básica sobre el problema.
- La encuesta: Obrera de Marx trata de crear conciencia entre los trabajadores de su explotación por el capital y, a la vez, recopilar información objetiva sobre la situación de la clase proletaria.

### 1.3.3. Cronograma del Diagnóstico

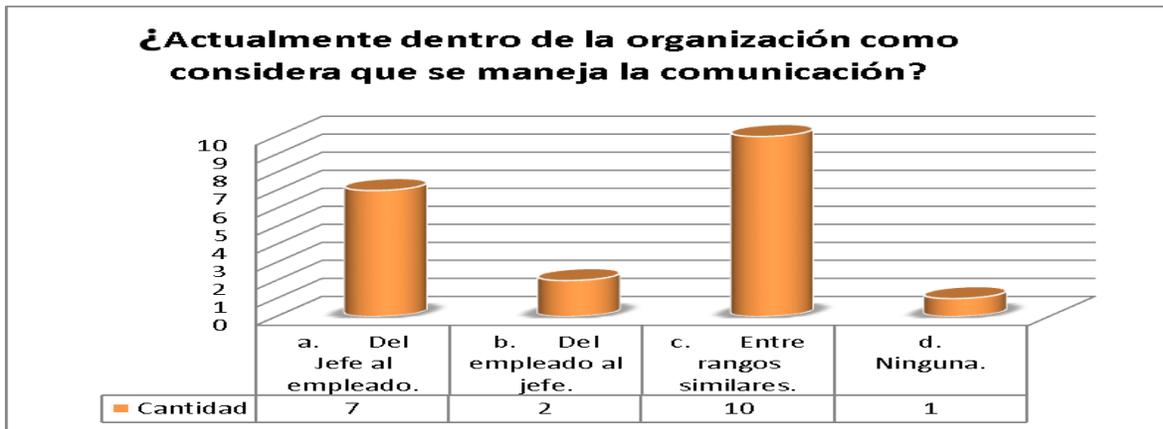
<b>Actividades</b>	<b>Semana 1 16/01/2018 al 20/01/2017</b>	<b>Semana 2 23/01/2018 al 28/01/2017</b>	<b>Semana 3 30/01/2017 al 04/02/2017</b>	<b>Semana 4 06/02/2017 al 11/02/2017</b>	<b>Semana 5 13/02/2017 al 18/02/2017</b>	<b>Semana 6 20/02/2017 Al 25/02/2017</b>
Propedéutico del diagnóstico						
Recopilación de datos						
Construcción del diagnóstico						
Asesorías						
Entrevistas						
Encuestas						
Entrega del diagnóstico						

Fuente: <https://ccnn8gradoccadinarte.wordpress.com/metodologia-de-la-investigacion/>

## 1.4. RECOLECCIÓN DE DATOS.

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

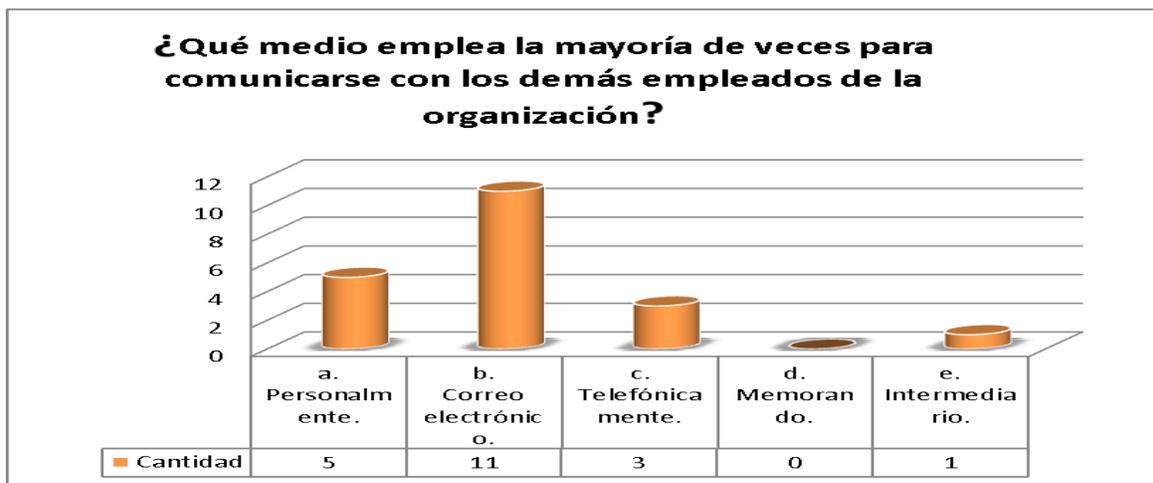
Grafica No. 1



Fuente: Mario Alexander Vicente.

En la gráfica se puede observar que la comunicación dentro de la empresa se maneja entre rangos similares, posteriormente se emplea del jefe al empleado.

Grafica No. 2



Fuente: Mario Alexander Vicente.

En la gráfica se puede observar que se utiliza más el medio de correo electrónico ya que es una de las herramientas que más utiliza el empleado.

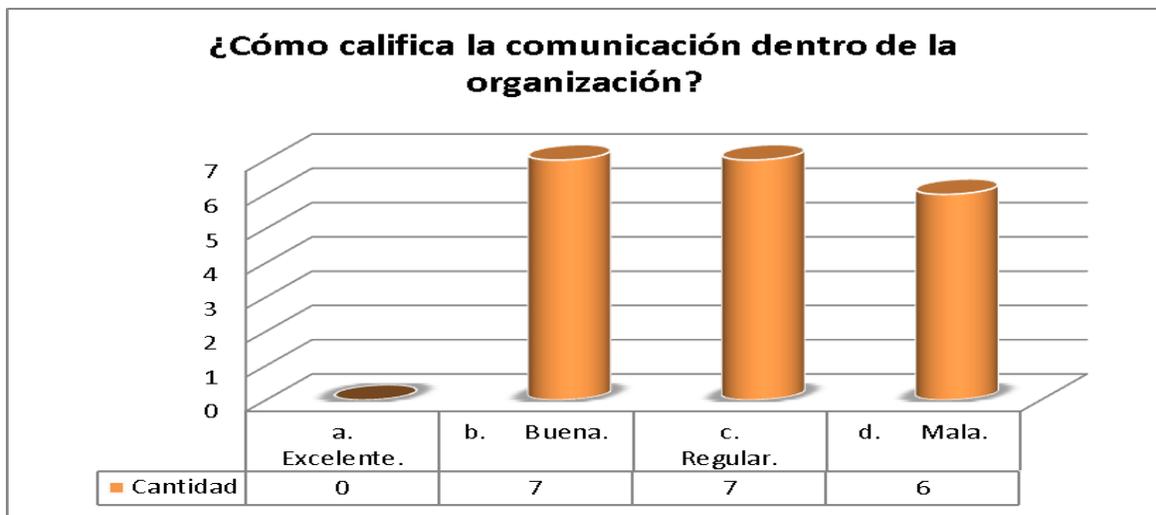
Grafica No. 3



Fuente: Mario Alexander Vicente.

En la gráfica se puede observar de la poca participación que se le da al empleado a la hora de tomar una decisión importante, ya que se puede observar la división que existe.

Grafica No. 4



Fuente: Mario Alexander Vicente.

En la gráfica se puede observar la gran importancia que necesita la organización para poder mejorar la comunicación dentro de sus colaboradores.

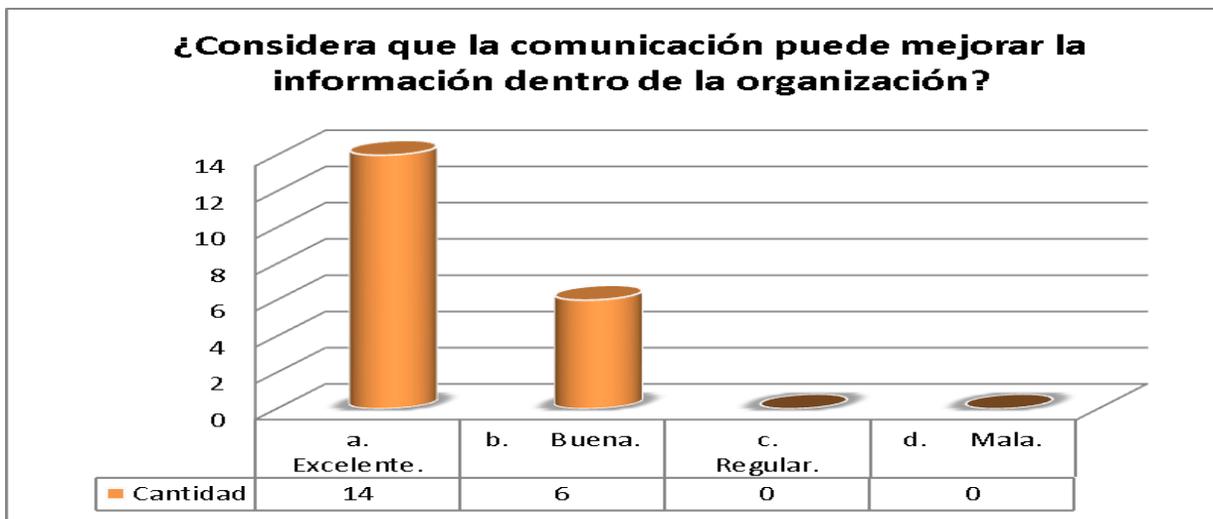
Grafica No. 5



Fuente: Mario Alexander Vicente.

En la gráfica se puede observar que la organización debe de mejorar la comunicación interna como externa para poder lograr sus objetivos con el cliente.

Grafica No. 6



Fuente: Mario Alexander Vicente.

En la gráfica se puede observar que los empleados de la organización están en mutuo acuerdo en donde la comunicación puede mejorar la información dentro de la empresa.

Grafica No. 7



Fuente: Mario Alexander Vicente.

En la gráfica se observa que la mayoría de empleados tiene una buena efectividad de comunicación con su superior, mientras unos demuestran lo contrario.

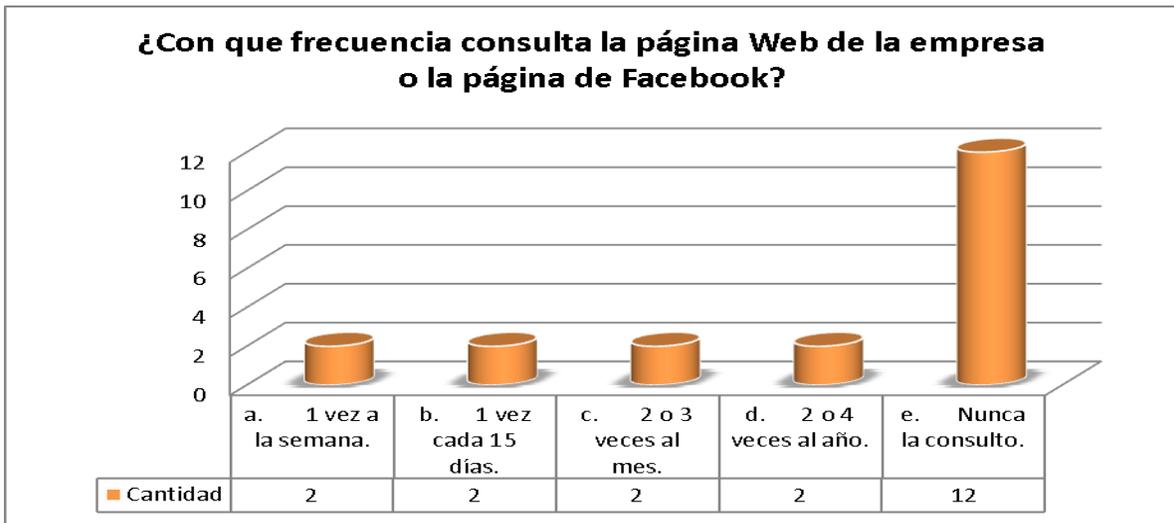
Grafica No. 8



Fuente: Mario Alexander Vicente.

En la gráfica se observa que el 50% conoce las formas de comunicación dentro de la empresa, esto implica que la otra mitad las desconoce ya sea por falta de interés de la empresa o de los empleados.

Grafica No. 9



Fuente: Mario Alexander Vicente.

En la gráfica se observa que la mayoría de los encuestados tiene poco interés de indagar y conocer más información de la empresa en sus páginas principales de internet.

Grafica No. 10



Fuente: Mario Alexander Vicente.

En la gráfica se observa que la mayor parte de los empleados están de acuerdo a que exista un departamento de comunicación.

## 1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN.

### 1.5.1. Fortalezas.

- Experiencia con los recursos de comunicación.
- Utilizar de una manera adecuada los medios de comunicación.
- Trabajar en equipo para un mejor desempeño.

### 1.5.2. Oportunidades,

- Fortalecer los conocimientos de los medios de comunicación.
- Demanda de usuarios por información y captación.

### 1.5.3. Debilidades.

- Existencia de múltiple información que puede ser repetitiva.
- No evaluación del clima laboral de la empresa.
- Debilidad en la información del empleado hacia el cliente.
- La falta de planificación de la política de comunicación interna en relación a los objetivos trazados por la empresa.

### 1.5.4. Amenazas.

- Desacuerdo entre los colaboradores.
- Carencia de incentivación hacia los colaboradores.
- Falta de compromiso por parte de la organización.

## CAPÍTULO II

### 2. PLAN DE COMUNICACIÓN.

#### 2.1. Antecedentes Comunicacionales.

No se encontró un plan de comunicación que se haya elaborado con anterioridad en el área de información y comunicación.

#### 2.2. Objetivos de Comunicación

##### 2.2.1. Objetivo General

- Presentar un plan estratégico de comunicación interna en la Organización Krypton Security.

##### 2.2.2. Objetivo Específico.

- Fortalecer la confianza de los colaboradores de la organización para que estimule una adecuada fluidez comunicacional con los medios de comunicación que ya existen.
- Efectuar actividades que impulsen a mejorar las relaciones entre los departamentos de la institución, para poder promover un clima laboral que apoye a la comunicación.
- Fomentar la política de comunicación interna, que apoyen a una comunicación efectiva, para poder alcanzar los objetivos de las actividades laborales que se realizan dentro de la organización.
- Elaboración de una guía práctica para mejorar los procesos de comunicación e información.
- Mejorar la comunicación interna del personal de trabajo, por medio de talleres presenciales.

### 2.3. Público Objetivo

- Interno: Personas que laboran dentro de la organización.

#### A. Criterio Sociodemográfico.

1. Sexo: Está conformado por hombres y mujeres.
2. Edad: Se comprende en un rango de 22 a 45 años.
3. Nivel de estudio: La mayoría oscila en un grado académico arriba de una carrera de diversificado.
4. Habitud: La mayor parte vive en una casa propia.

#### B. Criterio Socioeconómico.

1. Nivel de ingresos: La mayor parte de empleados comprende un salario arriba del salario mínimo.
2. Clase social: Se encuentran en una clase social media

#### C. Criterio Psicográfico.

1. Personalidad: Hombres y mujeres modernos y extrovertidos que buscan ser la diferencia e innovadores.
2. Estilo de vida: Personas que tienen una familia por quien velar, que necesitan de su trabajo para poder salir adelante.
3. Valores: Todos los empleados cuentan con valores para poder brindar un mejor trabajo y servicio.

### 2.4. Mensaje.

- **Tranquilidad, nuestro compromiso.**
- Tranquilidad, ¿por qué preocuparse?

- Amanezca con seguridad.
- Tú nos brindas tu Confianza y Nosotros la Protegemos.

## 2.5. Estrategias.

- Campaña informativa dentro de la organización.

Dar a conocer dentro de la organización la importancia de la comunicación, la cual nos permitirá realizar de una mejor manera nuestro trabajo, y así poder brindar un mejor servicio para nuestros clientes internos. Se realizará un taller de comunicación con el personal de la empresa, el cual será impartido por un conferencista.

- Fortalecer la imagen institucional.

Transmitir a los empleados los valores de la organización de una forma clara y consistente, para que conozcan la visión, misión y los objetivos que se desean alcanzar como empresa. Darles a conocer la importancia que tiene la imagen institucional, la cual es la representación visual, la carta de presentación de los compromisos que se desea cumplir con el exterior. La manera que se realizará es a través de una reunión de clima laboral y la elaboración de un trifoliar con la filosofía de la empresa.

- Realización de una Guía de Comunicación Interna.

Esta guía nos permitirá conocer la importancia y la forma adecuada de poder tener una buena comunicación tanto dentro de la empresa como fuera de ella. La implementación de esta guía, servirá como estrategia para ayudar a mejorar la comunicación con los empleados de la organización, y así poder brindar un mejor servicio al cliente interno y externo.

## 2.6. Acciones de Comunicación

<b>Acción 1</b>	
<b>A qué estrategia responde la acción</b>	Campaña informativa dentro de la organización
<b>Problema</b>	Falta de comunicación entre departamentos
<b>Producto</b>	Taller de comunicación
<b>Objetivo comunicacional</b>	Informar al personal interno la importancia de la comunicación, que ayudará a mejorar el servicio interno. Fortalecerá las bases internas para luego ofrecer un mejor servicio y valorar el trabajo en equipo
<b>Tipo de mensaje</b>	Informativo, inductivo
<b>Público objetivo</b>	Interno (empleados)
<b>Medio de difusión</b>	Digital

<b>Acción 2</b>	
<b>A qué estrategia responde la acción</b>	Campaña informativa dentro de la organización
<b>Problema</b>	Falta de información al personal interno.
<b>Producto</b>	Cartelera
<b>Objetivo comunicacional</b>	Informar al personal de las actividades internas. Fortalecer el ambiente laboral interno.
<b>Tipo de mensaje</b>	Informativo, inductivo
<b>Público objetivo</b>	Interno (empleados)
<b>Medio de difusión</b>	Cartelera de madera.

<b>Acción 3</b>	
<b>A qué estrategia responde la acción</b>	Campaña informativa dentro de la organización
<b>Problema</b>	Desconocimiento de los problemas del personal.
<b>Producto</b>	Buzón de sugerencia
<b>Objetivo comunicacional</b>	Valorar la opinión del empleado, que permitirá conocer sus ideas para mejorar el clima laboral. Fortalecer la unión interna para lograr objetivos.
<b>Tipo de mensaje</b>	Informativo, inductivo
<b>Público objetivo</b>	Interno (empleados)
<b>Medio de difusión</b>	Buzón de sugerencia

<b>Acción 4</b>	
<b>A qué estrategia responde la acción</b>	Fortalecer la imagen institucional
<b>Problema</b>	Falta de conocimiento de la filosofía de la empresa.
<b>Producto</b>	Trifoliar informativo.
<b>Objetivo comunicacional</b>	Informar al empleado de la visión, misión y objetivos que la empresa desea lograr, para cumplir las metas.
<b>Tipo de mensaje</b>	Informativo, inductivo
<b>Público objetivo</b>	Interno (empleados)
<b>Medio de difusión</b>	Impreso

<b>Acción 5</b>	
<b>A qué estrategia responde la acción</b>	Fortalecer la imagen institucional
<b>Problema</b>	Falta de identificación del empleado con la empresa.
<b>Producto</b>	Uniforme para los empleados.
<b>Objetivo comunicacional</b>	El empleado debe de sentirse identificado con la organización, y a su vez poder vender la imagen de la empresa. Y permitirá darse a conocer con los clientes externos.
<b>Tipo de mensaje</b>	Informativo, inductivo
<b>Público objetivo</b>	Interno (empleados)
<b>Medio de difusión</b>	Presencial y digital.

<b>Acción 6</b>	
<b>A qué estrategia responde la acción</b>	Fortalecer la imagen institucional
<b>Problema</b>	Debilidad en el compañerismo dentro de la empresa.
<b>Producto</b>	Taller de clima laboral.
<b>Objetivo comunicacional</b>	Mejorar la relación del personal, para poder cumplir en conjunto las metas de la organización.
<b>Tipo de mensaje</b>	Informativo, inductivo
<b>Público objetivo</b>	Interno (empleados)
<b>Medio de difusión</b>	Personal.

<b>Acción 7</b>	
<b>A qué estrategia responde la acción</b>	Fortalecer la imagen institucional
<b>Problema</b>	Debilidad en el compañerismo dentro de la empresa.
<b>Producto</b>	Sesión fotográfica.
<b>Objetivo comunicacional</b>	Mejorar la relación entre empleados.
<b>Tipo de mensaje</b>	Informativo, inductivo
<b>Público objetivo</b>	Interno (empleados)
<b>Medio de difusión</b>	Personal.

<b>Acción 8</b>	
<b>A qué estrategia responde la acción</b>	Guía de Comunicación Interna
<b>Problema</b>	Falta de comunicación para resolver los problemas o conflictos que se dan dentro de la empresa
<b>Producto</b>	Diseño de Portada.
<b>Objetivo comunicacional</b>	Informar al personal la manera correcta de comunicarse para resolver los conflictos que surgen dentro de la organización.
<b>Tipo de mensaje</b>	Informativo, inductivo
<b>Público objetivo</b>	Interno (empleados)
<b>Medio de difusión</b>	Digital e impreso.

<b>Acción 9</b>	
<b>A qué estrategia responde la acción</b>	Guía de Comunicación Interna
<b>Problema</b>	Falta de comunicación para resolver los problemas que se dan dentro de la empresa.
<b>Producto</b>	Contenido
<b>Objetivo comunicacional</b>	Introducción; Objetivos; Desarrollo de la Guía; Evaluación de la Herramienta.
<b>Tipo de mensaje</b>	Informativo, inductivo
<b>Público objetivo</b>	Interno (empleados)
<b>Medio de difusión</b>	Digital e impreso.

<b>Acción 10</b>	
<b>A qué estrategia responde la acción</b>	Guía de Comunicación Interna
<b>Problema</b>	Falta de comunicación para resolver los problemas que se dan dentro de la empresa.
<b>Producto</b>	Entrega de la Guía a Autoridades de la empresa.
<b>Objetivo comunicacional</b>	Dar a conocer la finalización de la Guía y poder hacer uso de la misma.
<b>Tipo de mensaje</b>	Informativo, inductivo
<b>Público objetivo</b>	Interno (empleados)
<b>Medio de difusión</b>	Personal, digital e impreso.

<b>Acción 11</b>	
<b>A qué estrategia responde la acción</b>	Guía de Comunicación Interna
<b>Problema</b>	Falta de comunicación para resolver los problemas que se dan dentro de la empresa.
<b>Producto</b>	Inducción de la guía de comunicación interna.
<b>Objetivo comunicacional</b>	Poner en práctica la guía de comunicación. Fortalecer las bases de comunicación de la empresa
<b>Tipo de mensaje</b>	Informativo, inductivo
<b>Público objetivo</b>	Interno (empleados)
<b>Medio de difusión</b>	Personal.

## **CAPÍTULO III**

### **3. INFORME DE EJECUCIÓN.**

#### 3.1. Proyecto Desarrollado.

Plan de comunicación interna de la organización Krypton Security.

##### 3.1.1. Financiamiento

Los gastos fueron asumidos de la siguiente manera:

- 51% lo proporcionó el Epesista.
- 49% fue proporcionado por la organización.

### 3.1.2. Presupuesto

El presupuesto quedó de la siguiente manera.

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
1	Asesoría Comunicacional	Q 1,500.00	Q 1,500.00
1	Conferencista	Q 4,000.00	Q 4,000.00
2	Coffee Break	Q 250.00	Q 500.00
1	Taller de Clima Laboral	Q 4,000.00	Q 4,000.00
30	Trifoliales	Q 4.00	Q 120.00
1	Cartelera informativa de madera de 1mt x 1.50 mt.	Q 150.00	Q 150.00
1	Buzón de Sugerencias	Q 100.00	Q 100.00
1	Elaboración de Guía de Comunicación	Q 300.00	Q 300.00
6	Impresión de Guía de Comunicación	Q 51.00	Q 306.00
15	Lápices	Q 1.00	Q 15.00
100	Hojas tamaño carta	Q 0.10	Q 10.00
<b>Total</b>			<b>Q 11,001.00</b>

Financiamiento.

<b>Financiamiento</b>	<b>Monto</b>
Epesista	Q 1,001.00
Empresa	Q 4,500.00
Patrocinio	Q -

### 3.1.3. Beneficiarios

Beneficiarios	Beneficio
Beneficiarios Primarios:  Colaboradores de la organización Krypton Security	Los principales beneficiarios son los empleados, ya que las actividades realizadas en este proyecto es para tener una mejor comunicación interna y mejorar el clima laboral.
Beneficiarios Secundarios  Jefes de área, Gerentes y Clientes	El beneficio secundario se dirige a:  <b>Jefes de área:</b> hacer de su área de trabajo un agradable lugar para sus colaboradores  <b>Gerentes:</b> Esperar resultados positivos del personal de trabajo.  <b>Clientes:</b> Esperar una atención más agradable, eficaz y segura.

### 3.1.4. Recursos Humanos

Personal	Cargo	Actividad
Licenciado Diego Luna	Gerente de Ventas	Apoyo económico en la capacitación de Comunicación Interna. Apoyo en el diseño de trifoliar y guía de comunicación.
Belma Ortiz	Asistente de Gerencia	Ayuda en la coordinación de personal para asistir a capacitación. Apoyo en el coffee break.
Alejandro García	Servicio de Limpieza	Ayuda en la realización de mantenimiento en el salón de capacitación y coffee break.

### 3.1.5. Áreas Geográficas de Acción

Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura, realizado en:  
0 calle 16-45 zona 15, colonia El Maestro.

### 3.2. Estrategias y acciones desarrolladas

- Estrategia No. 1:  
Campaña Informativa dentro de la organización.
  
- Objetivo comunicacional:  
Informar al personal interno la importancia de la comunicación, la cual ayudará a mejorar el servicio interno.
  
- Descripción.  
Se llevó a cabo una capacitación del tema: Comunicación Interna. Así como una capacitación de Clima Laboral. Con esto se pretende conocer las sugerencias de los empleados y que a la vez estén informados de las actividades futuras a realizar en un futuro.
  
- Acciones desarrolladas.
  - a. Acción 1: Capacitación Comunicación Interna.
  - b. Acción 2: Capacitación Clima Laboral.
  - c. Cartelera.
  - d. Buzón de sugerencias.

- Imágenes:



Belma Ortiz, Asistente de Gerencia, en reunión con el epesista Mario Alexander Vicente, para establecer las actividades a realizarse dentro de la empresa Krypton Security. Julio 2017



Licenciado Juan Antonio Cruz Herrera. Capacitador. Dando la Capacitación de Comunicación Interna al personal de Krypton Security. Julio 2017



Licenciado Juan Antonio Cruz Herrera, Capacitador.  
dando la Capacitación de Clima Laboral  
al personal de Krypton Security. Julio 2017



Epesista Mario Alexander Vicente en entrega Oficial  
al Representante de Gerencia de Ventas Luis Sanchez,  
de Cartelera informativa. Julio 2017



Epesista Mario Alexander Vicente en entrega Oficial al Representante de Gerencia de Ventas Luis Sanchez, de Buzón de Sugerencia. Julio 2017

- Estrategia No. 2:  
Fortalecer la imagen institucional.
  
- Objetivo comunicacional:  
Transmitir a los empleados los valores de la organización de una forma clara y consistente, para que conozcan la visión, misión y los objetivos que se desean alcanzar como empresa.
  
- Descripción:  
Se realizó un trifoliar con la información de la historia, visión, misión, valores y objetivos de la organización, así también, de los servicios que la institución ofrece al público externo.
  
- Acciones desarrolladas:
  - a. Acción 1: Trifoliar informativo.
  - b. Acción 2: Reunión de uniforme para empleados.
  - c. Acción 3: Capacitación Clima Laboral.

- Imágenes:



Epesista Mario Alexander Vicente en entrega Oficial al Representante de Gerencia de Ventas Luis Sanchez, de los trifoliales con la información de los valores de la institución. Julio 2017



Luis Sánchez, representante de Gerencia de Ventas, con el Epesista Mario Alexander Vicente, en reunión respecto a las estrategias de comunicación. Julio 2017



Licenciado Juan Antonio Cruz Herrera. Capacitador.  
Dando la Capacitación de Clima Laboral  
al personal de Krypton Security. Julio 2017



Epesista Mario Alexander Vicente y personal administrativo  
de la empresa Krypton Security, en capacitación del tema:  
Clima Laboral. Julio 2017

- Estrategia No. 3.  
Elaboración de Guía de Comunicación Interna.
- Objetivo Comunicacional:  
Esta guía permitirá conocer la importancia y la forma adecuada de poder tener una buena comunicación dentro de la empresa y fuera de ella.
- Descripción:  
Se realizó una guía práctica para mejorar los procesos de comunicación e información de la empresa.
- Acciones desarrolladas.
  - a. Acción 1: Elaboración de guía.
  - b. Acción 2: Entrega oficial de guía.
- Imágenes:



Epesista Mario Alexander Vicente en entrega Oficial al Representante de Gerencia de Ventas Luis Sanchez, de La Guía de Comunicación Interna. Julio 2017

### 3.3. Cronograma de Actividades.

Mes Actividad	Junio				Julio			
	S.1	S.2	S.3	S.4	S.1	S.2	S.3	S.4
Reunión con Asesor	■		■		■		■	
Reunión con Gerente de Ventas	■		■	■	■		■	
Diseño de Tablero Informativo						■	■	
Diseño de Buzón de Sugerencias						■	■	
Diseño de Trifoliar					■		■	■
Diseño de Guía de Comunicación					■		■	■
Impresión y supervisión de Trifoliar							■	■
Impresión y supervisión de Guía Práctica							■	■
Conferencia de Comunicación					■	■		■
Conferencia de Clima Laboral					■	■		■
Entrega de Materiales							■	■

Fuente: Mario Alexander Vicente

### 3.4. Control y seguimiento

<b>Estrategia</b>	<b>Indicadores Cuantitativos</b>	<b>Indicadores Cualitativos</b>
<p><b>Campaña informativa dentro de la organización.</b></p> <p>Objetivo:            Informar al personal de la importancia de la comunicación interna , el cual ayudará a mejorar el servicio del cliente interno. Fortalecer y valorar el trabajo en equipo.</p>	<p>De los 40 empleados únicamente asistieron 30 a la capacitación de Comunicación Interna.</p>	<p>"Está capacitación me ayudo a conocer la importancia de mejorar la comunicación en mi área de trabajo".            "El trabajar en equipo nos permite tener una mejor comunicación para brindar un mejor servicio".</p>
<p><b>Fortalecer la Imagen Institucional.</b></p> <p>Objetivo:            Transmitir a los empleados los valores de la organización de una forma clara y consistente, para que puedan conocer la historia, la visión, la misión, los objetivos y los productos que se ofrecen, para poder lograr las metas de la organización.</p>	<p>De los 40 empleados únicamente asistieron 30 a la capacitación de clima laboral. Así mismo se les repartió a cada uno un trifoliar con la historia, misión, visión y objetivos de la organización para que cada uno estuviese enterado.</p>	<p>"Ya era hora que nos dieran un tema de estos para mejorar nuestra labor"            "Es necesario que la empresa se preocupe por sus empleados" "Ahora tendré más en cuenta cuales son los valores de la empresa"</p>
<p><b>Realización de Guía de Comunicación Interna</b></p> <p>Objetivo:            Brindar información al personal de cómo aprender a comunicarse de una manera correcta, para poder solventar los conflictos que existen en una organización.</p>	<p>Se entregaron tres ejemplares a los gerentes, para que estos puedan reproducirlos y repartirlos al personal de la empresa.</p>	<p>"Esto ayudará a mejorar de una manera correcta los conflictos".            "El empleado sabrá como poder comunicarse de una mejor manera para evitar ciertos atrasos en la comunicación"</p>

## CONCLUSIONES

- ❖ Es necesario dar a conocer a las empresas la importancia de la comunicación interna, ya que esto puede percutir a los objetivos y metas que se tienen trazadas como institución.
- ❖ Los problemas que hoy en día se encuentran en las organizaciones, es por falta de comunicación y por falta de interés en poder solucionarlos. Si no se elimina o se trata a tiempo esto puede llegar a hacer un gran daño a la organización. Por tal razón es importante contar con un sistema comunicativo organizacional, que permita contar con un control y seguimiento del mismo.
- ❖ El desarrollar actividades con los empleados ayuda a mejorar el clima laboral, esto para establecer variables de análisis que son: Integración, motivación satisfacción laboral, comunicación y retroalimentación, y que puedan tener la confianza de emitir sus sugerencias, las cuales pueden ser consideradas para un mejor desempeño o cambio en la institución, e incrementar la productividad y generar nuevas utilidades para la empresa.
- ❖ El estudio realizado al personal administrativo de la organización Krypton Security, ayudo a definir e identificar los problemas que se tiene cuando no se utiliza una buena comunicación
- ❖ Es de suma importancia rediseñar e implementar medios de comunicación interno, que sea una oportunidad para fortalecer los aspectos identificados como débiles en la investigación, logrando así elevar los niveles de satisfacción de clientes internos.
- ❖ Dentro de la comunicación interna es importante el rol de los directivos, quienes son los responsables de fomentar el sentimiento de adhesión al grupo, haciendo participar todo el personal en las informaciones relevantes utilizando todos los instrumentos disponibles (hojas informativas, tablero informativo, buzón de sugerencias, guías de comunicación y publicaciones internas, entre otros), así poder divulgar los resultados de los objetivos alcanzados, así como los resultados negativos y positivos que se adquieran.
- ❖ Al haber finalizado este trabajo, se pudo llegar a la conclusión de que la comunicación interna, es el flujo de la buena información que se le da al cliente interno, por medio de la comunicación rápida, eficaz y segura. El cual se puede afirmar que una adecuada comunicación es la clave para detectar un problema.

## RECOMENDACIONES.

- ❖ Involucrar al personal para que puedan conocer la historia de la institución, la misión y visión, así como también los objetivos y metas que la organización desea alcanzar.
- ❖ La empresa Krypton Security, es una empresa que brinda servicio de seguridad privada de carácter civil, y para que continúe brindando un excelente servicio a la comunidad, debe de tomar en cuenta que la comunicación acorde que permita ofrecer excelentes servicios de comunicaciones a sus trabajadores con seguridad y alta disponibilidad para que desarrollen sus actividades de manera veraz y eficiente.
- ❖ Seguir implementando capacitaciones de comunicación interna, tomando en cuenta que existe una comunicación externa (clientes) esto para que los colaboradores se sientan identificados de pertenecer a una familia empresarial, y así poder brindar no solo un mejor servicio interno, sino que externo.
- ❖ Proponer la elaboración de estrategias de comunicación interna que contenga actividades y acciones que permita lograr y mejorar los flujos de comunicación dentro de la organización.
- ❖ Organizar actividades de clima laboral (actividades recreativas), pues es un factor muy imprescindible, que ayuda al colaborador a sentirse importante dentro de la institución, y poder reforzar los vínculos y las relaciones interpersonales, así como actividades que vallan reforzando los dominios afectados como es el área afectiva, emocional y conductual.
- ❖ La comunicación interna es un instrumento fundamental que regula, estabiliza y pone en evidencia los problemas que existen dentro de la organización, ayuda a resolver los acontecimientos imprevistos e inesperados, los cuales pueden ser respondidos de una manera rápida a la diversidad de la situación en que se puede encontrar la organización.
- ❖ Es necesario poder contar con una persona que tenga estudios en comunicación o que exista un departamento de comunicación, que pueda ayudar a establecer nuevos flujos de comunicación y que este encargado de toda la comunicación organizacional, y brindar un mejor servicio interno y externo.

## **Glosario de términos**

Acción:	Palabra que indica que una persona, animal o cosa, está haciendo algo, está actuando o involuntaria, de pensamiento.
Actividad:	Capacidad de obrar o de producir un efecto.
Ambiente:	Atmósfera o aire que se respira o rodea a los seres vivos.
Amenaza:	Advertencia con que se amenaza a alguien. Cosa o persona que constituye una posible causa de riesgo o perjuicio para alguien o algo.
Argumento:	Razonamiento que demuestra, refuta o justifica algo.
Asumir:	Atraer o tomar para sí algo no material, especialmente una obligación, una tarea o una responsabilidad.
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.
Coherencia:	Relación lógica entre dos cosas o entre las partes o elementos de algo de modo que no se produce contradicción ni oposición entre ellas.
Comunicación:	Es la acción de comunicar o comunicarse, se entiende como el proceso por el que se trasmite y recibe una información.
Cronograma:	Representación gráfica de un conjunto de hechos en función del tiempo.
Contexto:	Conjunto de circunstancias que rodean una situación y sin las cuales no se puede comprender correctamente.

Cultura:	Conjunto de conocimientos e ideas no especializados adquiridos gracias al desarrollo de las facultades intelectuales, mediante la lectura, el estudio y el trabajo.
Debilidades:	Es la cualidad de débil. Significa falta de fuerza, Sinónimo de agotamiento, extenuación, flaqueza, decaimiento, desfallecimiento.
Diagnóstico:	Recabar datos para analizarlos e interpretarlos, lo que permite evaluar una cierta condición.
Ejecutar:	Llevar a cabo una acción, especialmente un proyecto, un encargo o una orden.
Empírica:	Que está basado en la experiencia y en la observación de los hechos.
Estimar:	Atribuir valor a una persona o cosa, o reconocer el mérito que tiene.
Estrategia:	Serie de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado.
Fortaleza:	Fuerza, vigor, firmeza, resistencia.
Hipótesis:	Suposición hecha a partir de unos datos que sirve de base para iniciar una investigación o una argumentación.
Índole:	Carácter o condición natural propia de cada persona, que la distingue de los demás.
Inducción:	Forma de razonamiento que consiste en establecer una ley o conclusión general a partir de la observación de hechos o casos particulares.
Legítimo:	Que ha sido hecho o establecido de acuerdo con la ley o el derecho.

Metodología:	Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica, un estudio o una exposición doctrinal.
Monitorear:	Controlar el desarrollo de una acción o un suceso a través de uno o varios monitores.
Patrocinio:	Sufragio de los gastos de una actividad, especialmente cultural o deportiva, a cambio de cierta publicidad.
Plan:	Idea del modo de llevar a cabo una acción.
Polígrafo:	Detector empleado en la investigación policial de los delitos para registrar respuestas corporales de una persona cuando se le interroga y detecta si miente.
Oportunidades:	Es toda circunstancia de lograr algún tipo de mejora de índole económica, social, laboral.
Soporte:	Medio de difusión capaz de poner en conocimiento del público un mensaje.
Técnica:	Conjunto de procedimientos o recursos que se usan en un arte, una ciencia o en una actividad determinada, en especial cuando se adquieren por medio de su práctica y requieren habilidad.
Variable:	Que está sujeto a cambios frecuentes o probables.

## BIBLIOGRAFÍA

- ❖ Bisquerra, R. (2000). *Métodos de investigación educativa. Guía práctica*. Barcelona, España: CEAC.
- ❖ Bunge, M. (1980). *La investigación científica su estrategia y su filosofía*. Barcelona, España: Ariel, S.A.
- ❖ Sampieri, Roberto Hernandez, Collado, Carlos Fernandez y Lucio, Maria del Pilar Baptista. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- ❖ Soriano, R. R. (2000). *Métodos para la investigación social*. México D.F.: Plaza y Valdes.
- ❖ Soriano, R. R. (2013). *Guía para realizar investigaciones sociales*. México D.F.: Plaza y Valdes.
- ❖ Kotler, P. y Armstrong, G. (2012). *Marketing*. México: Pearson Educación.
- ❖ Fernández, C. (1999). *La comunicación en las Organizaciones*. México. Editorial Trilla. Quinta reimpresión.
- ❖ García, J. (1998). *La comunicación Interna*. España. Ediciones Díaz de Santos. S.A.

## **E grafía**

- ❖ Comunicación Organizacional. <http://www.gestiopolis.com>
- ❖ Comunicación Interna. [https://www.ecured.cu/Comunicaci%C3%B3n\\_interna](https://www.ecured.cu/Comunicaci%C3%B3n_interna)
- ❖ Plan de investigación. <https://ccnn8gradoccadinarte.wordpress.com/metodologia-de-la-investigacion/>

## Anexos

### Modelo de la Encuesta.



Instrucciones. Esta encuesta tiene como finalidad conocer el nivel de comunicación que existe dentro de la organización. A continuación se presenta varios enumerados, por favor subraye la más apropiada que usted considere.

1. ¿Actualmente dentro de la organización como considera que se maneja la comunicación?
  - a. Del Jefe al empleado.
  - b. Del empleado al jefe.
  - c. Entre rangos similares.
  - d. Ninguna.
  
2. ¿Qué medio emplea la mayoría de veces para comunicarse con los demás empleados de la organización?
  - a. Personalmente.
  - b. Correo electrónico.
  - c. Telefónicamente.
  - d. Memorando.
  - e. Intermediario.
  
3. ¿Cuándo se debe de tomar una decisión importante para la organización, toman en cuenta las opiniones de los colaboradores?
  - a. Siempre.
  - b. Casi siempre.
  - c. Algunas veces.
  - d. Casi nunca.
  - e. Nunca.
  
4. ¿Cómo califica la comunicación dentro de la organización?
  - a. Excelente.
  - b. Buena.
  - c. Regular.
  - d. Mala.

5. ¿En cuánto a comunicación, cual es el nivel de satisfacción de la empresa con el cliente??
- a. Muy satisfecho.
  - b. Satisfecho.
  - c. Neutral.
  - d. Insatisfecho.
  - e. Muy insatisfecho.
6. ¿Considera que la comunicación puede mejorar la información dentro de la organización?
- a. Excelente.
  - b. Buena.
  - c. Regular.
  - d. Mala.
7. ¿Cómo valora la efectividad en la comunicación con su superior?
- a. Muy efectiva.
  - b. Efectiva.
  - c. Poco efectiva.
  - d. Nada efectiva.
  - e. No estoy seguro.
8. ¿Conoce las formas de comunicación que utiliza la empresa para darse a conocer ante sus clientes?
- a. Mucho.
  - b. Poco.
  - c. Ninguno.
9. ¿Con que frecuencia consulta la página Web de la empresa o la página de Facebook?
- a. 1 vez a la semana.
  - b. 1 vez cada 15 días.
  - c. 2 o 3 veces al mes.
  - d. 2 o 4 veces al año.
  - e. Nunca la consulto.
10. ¿Considera necesario contar con un departamento de comunicación dentro de la organización en la que labores
- a. Sí.
  - b. No.

Ficha de la Entrevista.



**FICHA DE ENTREVISTA.**

Nombres y Apellidos: \_\_\_\_\_

Estado Civil: \_\_\_\_\_ Edad: \_\_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_\_

Cargo dentro de la Institución: \_\_\_\_\_

No. de Teléfono: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

Preguntas de Entrevistas.

1. ¿Qué papel cumple la comunicación interna dentro de la organización?
2. ¿Considera que una organización que no realiza comunicación interna, corre algún riesgo?
3. ¿Los directivos entienden el valor de la Comunicación Interna?
4. ¿Cuál es la necesidad más apremiante dentro de la organización a nivel de la comunicación interna y externa?
5. ¿Cuáles son los objetivos que usted considera que cumple la comunicación dentro de la organización?

## Transcripción completa de Entrevistas

Preguntas y respuestas de las entrevistas.

1. ¿Qué papel cumple la comunicación interna dentro de la organización?
  - Entrevista No. 1. Cumple un papel primordial, entre la comunicación verbal, visual o escrita entre los colaboradores, mandos medios y altos agiliza los procesos y evita la inversión de tiempo en tareas innecesarias.
  - Entrevista No. 2. Es una valiosa herramienta que ayuda a que se cumplan los procesos, las tareas que le corresponden a cada departamento y así lograr el objetivo de la empresa.
  
2. ¿Considera que una organización que no realiza comunicación interna, corre algún riesgo?
  - Entrevista No. 1. Sí.
  - Entrevista No. 2. Si corre peligro debido a que la información no llega y nadie tiene un objetivo o meta por realizar
  
3. ¿Los directivos entienden el valor de la Comunicación Interna?
  - Entrevista No. 1. Sí.
  - Entrevista No. 2. No.
  
4. ¿Cuál es la necesidad más apremiante dentro de la organización a nivel de la comunicación interna y externa?
  - Entrevista No. 1. Trasladar la información con la mayor veracidad, de fácil comprensión, y a las personas adecuadas.
  - Entrevista No. 2. Se carece de la misma y los departamentos que tienen y deben de pasar información no lo hacen

5. ¿A su punto de vista cual considera que sean los objetivos que cumple la comunicación dentro de la organización?

- Entrevista No. 1. Trasladar las ideas, procedimientos, reglas, funciones, atribuciones a cada colaborador para que todos trabajen o persigan un objetivo común en beneficio de la entidad
- Entrevista No. 2. Que cada uno cumpla con sus objetivos, metas para agilizar tiempos y buen servicio.

Tabla comparativa.

<b>Pregunta</b>	<b>Entrevistado 1</b>	<b>Entrevistado 2</b>
1. ¿Qué papel cumple la comunicación interna dentro de la organización?	Cumple un papel importante. Agiliza los Procesos. Evita inversión de tiempo.	Herramienta valiosa. Logra objetivos de la empresa.
2. ¿Considera que una organización que no realiza comunicación interna, corre algún riesgo?	Sí	Si corre peligro, debido a que la información no llega a tiempo.
3. ¿Los directivos entienden el valor de la Comunicación Interna?	Sí	No
4. ¿Cuál es la necesidad más apremiante dentro de la organización a nivel de la comunicación interna y externa?	Trasladar la información con la mayor veracidad, de fácil comprensión, y a las personas adecuadas.	Se carece de la misma y los departamentos que tienen y deben de pasar información no lo hacen.
5. ¿A su punto de vista cual considera que sean los objetivos que cumple la comunicación dentro de la organización?	Trasladar ideas, procedimientos, reglas, funciones, atribuciones.	Que cada uno cumpla con sus objetivos, metas para agilizar tiempos y buen servicio.

## Vaciado de la encuesta

1. ¿Actualmente dentro de la organización como considera que se maneja la comunicación?

<b>Respuesta.</b>	<b>Cantidad</b>
a. Del Jefe al empleado.	7
b. Del empleado al jefe.	2
c. Entre rangos similares.	10
d. Ninguna.	1

2. ¿Qué medio emplea la mayoría de veces para comunicarse con los demás empleados de la organización?

<b>Respuesta.</b>	<b>Cantidad</b>
a. Personalmente.	5
b. Correo electrónico.	11
c. Telefónicamente.	3
d. Memorando.	0
e. Intermediario.	1

3. ¿Cuándo se debe de tomar una decisión importante para la organización, toman en cuenta las opiniones de los colaboradores?

<b>Respuesta.</b>	<b>Cantidad</b>
a. Siempre.	2
b. Casi siempre.	3
c. Algunas veces.	5
d. Casi nunca.	2
e. Nunca.	8

4. ¿Cómo califica la comunicación dentro de la organización?

<b>Respuesta.</b>	<b>Cantidad</b>
a. Excelente.	0
b. Buena.	7
c. Regular.	7
d. Mala.	6

5. ¿En cuánto a comunicación, cual es el nivel de satisfacción de la empresa con el cliente?

<b>Respuesta.</b>	<b>Cantidad</b>
a. Muy satisfecho.	2
b. Satisfecho.	5
c. Neutral.	5
d. Insatisfecho.	8
e. Muy insatisfecho.	0

6. ¿Considera que la comunicación puede mejorar la información dentro de la organización?

<b>Respuesta.</b>	<b>Cantidad</b>
a. Excelente.	14
b. Buena.	6
c. Regular.	0
d. Mala.	0

7. ¿Cómo valora la efectividad en la comunicación con su superior?

<b>Respuesta.</b>	<b>Cantidad</b>
a. Muy efectiva.	2
b. Efectiva.	11
c. Poco efectiva.	5
d. Nada efectiva.	2
e. No estoy seguro.	0

8. ¿Conoce las formas de comunicación que utiliza la empresa para darse a conocer ante sus clientes?

<b>Respuesta.</b>	<b>Cantidad</b>
a. Mucho.	9
b. Poco.	9
c. Ninguno.	2

9. ¿Con que frecuencia consulta la página Web de la empresa o la página de Facebook?

Respuesta.	Cantidad
a. 1 vez a la semana.	2
b. 1 vez cada 15 días.	2
c. 2 o 3 veces al mes.	2
d. 2 o 4 veces al año.	2
e. Nunca la consulto.	12

10. ¿Considera necesario contar con un departamento de comunicación dentro de la organización en la que labores?

Respuesta.	Cantidad
a. Sí.	16
b. No.	4

### Documentación Fotográfica.



Empleados participando en capacitación de comunicación interna. Julio – 2017



Epesista: Mario Alexander Vicente apoyando en la capacitación de clima laboral, con el personal de Krypton Security. Julio – 2017



Epesista: Mario Alexander Vicente, con El personal de Krypton Security en la Capacitación Comunicación Interna Julio – 2017



1er. Grupo del personal de Krypton Security recibiendo la capacitación de Clima laboral y comunicación interna. Julio – 2017



Lic. Juan Antonio Cruz Herrera, Capacitador. Con el 2do. Grupo del personal de Krypton Security. Julio-2017



Personal administrativo de Krypton Security observando un video de la capacitación. Julio – 2017



2do. Grupo del personal administrativo de Krypton Security, recibiendo la capacitación. Julio – 2017



Epesista: Mario Alexander Vicente. Dando la Bienvenida al personal antes de iniciar la capacitación. Julio – 2017

Listado de asistencia a la capacitación.

No.	Nombre y Apellido	Dependencia	22/07/2017	29/07/2017
1	Belma Ortiz	Gerencia	X	
2	Brenda Dionisio	Ventas DIS	X	
3	Byron Espinoza	Técnico DIS	X	
4	Carlos López	Técnico DIS	X	
5	Emerson Pirir	Técnico GPS	X	
6	Erick Custodio	Técnico GPS	X	
7	Francisco López	Técnico GPS	X	
8	Gabriela Mayorga	RR.HH.	X	
9	Jorge Meza	Ventas GPS	X	
10	José Aguilar	Técnico DIS	X	
11	Luis Sánchez	Ventas GPS	X	
12	Marlon Acatic	Técnico DIS	X	
13	Regino Zapón	Contabilidad	X	
14	Roberto Sutuj	Contabilidad	X	
15	Roberto Tinti	Cobros	X	
16	Susana Ecute	Cobros	X	
17	Xiomara Herrera	Recepción	X	
18	Abner López	Técnico DIS		X
19	Alejandro	Limpieza		X
20	Dina Cruz	Servicio al Cliente		X
21	Edgar Granados	Cobros		X
22	Erick Solis	Técnico DIS		X
23	Gustavo Silva	Técnico GPS		X
24	Huber Ramirez	Técnico DIS		X
25	Jonathan Gómez	Técnico DIS		X
26	José Alfaro	Técnico GPS		X
27	Julio Berducido	Ventas GPS		X
28	Omar Batres	Contabilidad		X
29	Oswar Pacay	Técnico GPS		X
30	Otto Martínez	Cobros		X
31	Ricardo Velásquez	Ventas DIS		X
32	Rosibel de Castillo	Ventas DIS		X
33	Thania de Muralles	Cobros		X

Fuente: Mario Alexander Vicente.

Ficha de registro de horas.



**EPS**  
LICENCIATURA

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



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

**Nombre del Alumno (a):** Mario Alexander Vicente ✓  
**No. Carné y DPI:** No. Carné: 2000-14134 No. DPI: 1952-21656-0602  
**Jefe o Encargado (a):** Licenciado Diego Luna. Gerente de Ventas.  
**Institución o Empresa:** Kriptón Security  
**Supervisor de EPSL:** Licenciada Sandra Hernández

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 05 / Al: 10	Junio	6	5	5	5	5	4	30 hrs.
2	Del: 12 / Al: 17	Junio	6	5	5	5	5	4	30 hrs.
3	Del: 19 / Al: 24	Junio	6	5	5	5	5	4	30 hrs.
4	Del: 26 / Al: 29	Junio	6	5	5	5		4	25 hrs.
5	Del: 01 / Al: 01	Julio	6	5	5	5	5	4	30 hrs.
6	Del: 03 / Al: 08	Julio	6	5	5	5	5	4	30 hrs.
7	Del: 10 / Al: 15	Julio	6	5	5	5	5	4	30 hrs.
8	Del: 17 / Al: 22	Julio	6	6	6	6	6	5	35hrs.
9	Del: 25 / Al: 29	Julio	6	5	5	5	5	4	30hrs.
10	Del: 31 / Al: 05	Jul / Ago	6	5	5	5	5	4	30 hrs.
<b>TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS</b>									300 hrs.

  
 (f) Lic. Diego Luna.  
Gerente de Ventas



  
 (f) Licda. Sandra Hernández  
Supervisora EPSL

