

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



**“Estrategias Para Fortalecer La Comunicación Interna En el Área  
De Desarrollo Organizacional, Del Departamento De Gestión  
Humana De Industria La Popular, S.A.”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al honorable consejo directivo por:

**MICHELLE GABRIELA AGUILAR SOLARES**

**CARNÈ: 200916444**

Previo a optar al título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, Octubre de 2017

**Consejo Directivo:**

**Director:**

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

**Representantes Docentes:**

M.A Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijillio

**Representantes Estudiantiles:**

Mario Roberto Barrientos Aldana

Anaite del Rosario Machuca Pérez

**Representante de Egresados:**

MA. Jhonny Michael González Batres

**Secretaria:**

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

**Coordinador de EPS Licenciatura**

Lic. Luis Arturo Pedroza Gaytán

**Supervisores de EPS Licenciatura**

Licda. Sandra Nohemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios

Guatemala, 18 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 la estudiante epesista MICHELLE GABRIELA AGUILAR SOLARES con número de carné: 200916444 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en el departamento de Gestión Humana cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del 1 de Junio al 31 de Julio del año en curso; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto comunicacional: ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA EN EL ÁREA DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL, DEL DEPARTAMENTO DE GESTIÓN HUMANA DE INDUSTRIA LA POPULAR, S.A. entregando el material respectivo y debidamente recibido por: INDUSTRIA LA POPULAR, S.A.

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

*Atentamente,*

  
\_\_\_\_\_  
Licenciada Karen Lorenzana  
Gerente de Desarrollo Organizacional

  
**La Popular**  
POR UN MUNDO LIMPIO, BELLO Y SALUDABLE  
Vía 3 5-42, Zona 4  
Tel.: 2420-0202



# Universidad de San Carlos de Guatemala

## Escuela de Ciencias de la Comunicación



Guatemala 19 de octubre de 2017

Estudiante

Michelle Gabriela Aguilar Solares

200916444

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 EL ÁREA DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL, DEL DEPARTAMENTO DE GESTIÓN HUMANA DE INDUSTRIA LA POPULAR, S.A.** El citado trabajo cumple los requisitos de rigor del presente programa por lo cual, emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

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

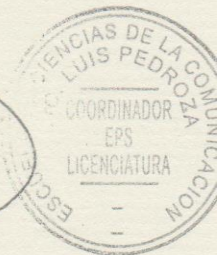
- Biblioteca USAC
- Biblioteca ECC
- Secretaría ECC
- Institución o empresa
- Coordinación EPSL

Sin otro particular

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Licda. Sandra Nohemí Hernández y Hernández  
Supervisora EPS de Licenciatura

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



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

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



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

## DEDICATORIA

### **A DIOS:**

Gracias por que todo lo has convertido en una oportunidad, por amarme y por permitirme llegar hasta aquí. Gracias por que nunca me soltaste y siempre has caminado conmigo. **¡La gloria siempre será tuya!**

### **A MI PADRE:**

¡Tu negrita lo logro papá! Espero poderte honrar y bendecirte como tú siempre lo has hecho conmigo. Gracias por que me enseñaste que todo lo que se tiene es porque Dios es bueno. Y porque ser la hija de don Víctor Aguilar es sinónimo de patoja chispuda y honrada. Muchísimas gracias por todas tus enseñanzas, por todo tu esfuerzo y apoyo papi. TE AMO.

### **A MI MADRE:**

¡Mi Amor Bello! Gracias por cada consejo y por cada “empezá de una vez entonces” cada vez que te decía que tenía mucha tarea. Gracias mami porque no lo hubiera logrado sino fuera porque siempre has estado para mí. Me siento orgullosa al tenerte como madre pues si alguien me ha enseñado a luchar en la vida, eres tú. Tu esfuerzo valió la pena mami. Dios me de la vida suficiente para bendecirte y agradecerte. TE AMO.

### **A MI ESPOSO:**

La perseverancia es muy importante, y eso lo aprendí contigo jajaja. Gracias mi bonito por todo tu apoyo y por motivarme a seguir creciendo como profesional. Dios me bendijo con tu vida, pues contigo se cumple la palabra que dice “dos son mejor que uno”. ¡Nunca dejes de inspirarme! TE AMO mi solecito.

### **A MI HIJA:**

Mi Pequeña Mariandreè, Dios tiene en sus manos tu vida, por eso no dudo ni un segundo que tu caminar será próspero, exitoso y en bendición. Gracias por ser mi mejor maestra en este proceso de aprendizaje que nunca acaba y por ser la razón por la cual debo ser mejor cada día... TE AMO INMENSAMENTE.

### **HERMANOS:**

Los amo, gracias por que puedo sentirme orgullosa, pues cada vez que oigo hablar de ustedes, son cosas buenas y que su trabajo es excelente. Y eso es bueno, sabiendo que soy la más pequeña. ¡Qué buen ejemplo tengo!

### **A MI FAMILIA:**

Abuelo, tíos, tías, primos, sobrinas y cuñados, gracias por bendecir mi vida todo el tiempo. Y por las oportunidades que me han dado. Espero que pueda llenar sus corazones de orgullo. Como ustedes llenan el mío. Los amo

## **AGRADECIMIENTOS**

A la UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, por la oportunidad de forjarme profesionalmente.

A la ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, en especial a sus docentes por compartirme sus conocimientos.

Al Licenciado LUIS PEDROZA, por coordinar un EPS efectivo y eficiente, que me permitiera culminar esta etapa.

A MARIANA ROCHA, por tu apoyo incondicional en el transcurso de nuestra vida universitaria, por tu bondadoso corazón y hermosa amistad, gracias por apoyarme en los momentos más difíciles. Te quiero Marianis.

A ANGIE PINEDA: que mejor oportunidad para decirte que has sido para mí ejemplo de esfuerzo y de que ser mama no es impedimento para crecer profesionalmente. Gracias por tan valiosa lección.

A MIS AMIGOS: ustedes saben quiénes son, Gracias por todo su apoyo, palabras de aliento y por estar cuando más lo necesite. En serio mil gracias.

A la Licenciada SANDRA HERNÁNDEZ, Muchas gracias por su asesoría y apoyo.

A INDUSTRIA LA POPULAR, S.A, en especial a la Lic. KAREN LORENZANA por la oportunidad de ingresar a tan prestigioso lugar.

## INDICE

RESUMEN.....	I
INTRODUCCIÓN .....	II
JUSTIFICACIÓN.....	III
CAPITULO I.....	- 1 -
1. DIAGNÓSTICO .....	- 1 -
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNOSTICO .....	- 1 -
1.1.1 Objetivo General.....	- 1 -
1.2. INDUSTRIA LA POPULAR, S.A. ....	- 1 -
1.2.1. Ubicación Geográfica .....	- 1 -
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas. ....	- 1 -
1.2.3. Antecedentes .....	- 2 -
1.2.4. Misión.....	- 3 -
1.2.5. Visión .....	- 3 -
1.2.6. Objetivos institucionales .....	- 3 -
1.2.7. Público Objetivo .....	- 3 -
1.2.8. Organigrama.....	- 4 -
1.3 METODOLOGIA.....	- 5 -
1.3.1. Descripción del método .....	- 5 -
1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección .....	- 5 -
1.3.3. Cronograma de Diagnóstico.....	- 7 -
1.4 RECOPIACION DE DATOS.....	- 8 -
1.4.1. Graficas e Interpretaciones del resultado de las encuestas .....	- 8 -
1.5 RADIOGRAFIA DE LA INSTITUCION .....	- 11 -
1.5.1 Fortalezas.....	- 11 -
1.5.2 Oportunidades .....	- 11 -
1.5.3. Debilidades .....	- 12 -
1.5.4. Amenazas.....	- 12 -
CAPITULO II.....	- 13 -
2. PLAN DE COMUNICACIÓN .....	- 13 -
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES .....	- 13 -
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN .....	- 14 -
2.2.1 Objetivo General.....	- 14 -
2.2.2 Objetivos específicos .....	- 14 -



<b>2.3 PUBLICO OBJETIVO</b> .....	- 14 -
<b>2.4 MENSAJE</b> .....	- 15 -
<b>2.5 ESTRATEGIA</b> .....	- 15 -
<b>2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN</b> .....	- 16 -
<b>CAPITULO III</b> .....	- 20 -
<b>3. INFORME DE EJECUCION</b> .....	- 20 -
<b>3.1 PROYECTO DESARROLLADO</b> .....	- 20 -
<b>3.1.1. Financiamiento</b> .....	- 20 -
<b>3.1.2. Presupuesto</b> .....	- 20 -
<b>3.1.3. Beneficiarios</b> .....	- 20 -
<b>3.1.4. Recursos Humanos</b> .....	- 21 -
<b>3.1.5. Áreas Geográficas de acción</b> .....	- 21 -
<b>3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS</b> .....	- 21 -
<b>3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</b> .....	- 25 -
<b>3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO</b> .....	- 26 -
<b>CONCLUSIONES</b> .....	- 27 -
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	- 28 -
<b>GLOSARIO DE TERMINOS</b> .....	- 29 -
<b>BIBLIOGRAFIA</b> .....	- 31 -
<b>EGRAFIA</b> .....	- 31 -
<b>ANEXOS</b> .....	- 32 -
<b>Transcripción Completa de entrevistas</b> .....	- 32 -
<b>Modelo de Encuestas</b> .....	- 35 -
<b>Vaciado de Encuestas</b> .....	- 36 -
<b>Lista de Acciones</b> .....	- 38 -

## **RESUMEN**

### **Nombre de la Institución:**

Industria La Popular, S.A.

### **Nombre del proyecto:**

“Plan De Comunicación Para El Fortalecimiento De La Comunicación Interna Del Área De Desarrollo Organizacional, Del Departamento De Gestión Humana, De Industria La Popular, S.A.”

### **Objetivos del Proyecto:**

#### **General:**

Fortalecer la comunicación interna del área de desarrollo organizacional de Industria La Popular.

#### **Específicos:**

- Creación de material impreso para direccionar al personal sobre el uso de la plataforma virtual.
- Utilización del correo electrónico institucional como herramienta para fortalecer el proceso de información sobre el uso de la plataforma virtual.
- Creación de Material Audiovisual para facilitar la capacitación del personal.

#### **Sinopsis**

Se realizó una estrategia de comunicación para el fortalecimiento de la comunicación interna, en el área de desarrollo organizacional de la empresa Industria La Popular, para lo cual se realizó la creación y ubicación de Banners informativos dentro de la institución, Banners virtuales que fueron difundidos a través del correo electrónico institucional y la acción medular fue la creación del material audiovisual del manual MA016 Sistema de Capacitación y Entrenamiento, el cual podrá capacitar al personal administrativo por medio de la plataforma virtual de Industria La Popular.

## INTRODUCCIÓN

El presente informe de EPS fue realizado en el área de Desarrollo Organizacional, del departamento de Gestión Humana de Industria La Popular. En la cual se detectó un problema de comunicación interna, a través de la utilización de herramientas cuantitativas, que señalaron que la problemática se situaba en lograr capacitar al personal que por razones de tiempo- espacio no pueden capacitarse de manera presencial en una sala de capacitaciones.

La estructuración del informe se divide en tres capítulos. En el primer capítulo podrá encontrar el diagnóstico comunicacional realizado dentro de la empresa, en el segundo capítulo encontrará el plan de comunicación sugerido. Y en el tercer capítulo podrá evidenciar la ejecución de este plan comunicacional.

Contenido en el primer capítulo, se encuentra información general de la empresa. Como misión, visión, objetivos, origen, historia, el organigrama del lugar en donde se realizó el trabajo comunicacional y los objetivos del diagnóstico realizado. Dicho diagnóstico pudo realizarse debido a la observación y a través de la utilización de instrumentos de investigación.

Dentro del segundo capítulo podrá observar el desarrollo del plan comunicacional. Objetivos, público objetivo, y las estrategias propuestas para solventar la necesidad comunicacional.

Y por último en el tercer capítulo, podrá encontrar la ejecución del plan de comunicación planteado. Enriquecido con fotografías que permiten la mejor percepción del proyecto ejecutado.

## JUSTIFICACIÓN

Como fase final del proyecto realizado en el ejercicio profesional supervisado de licenciatura, se requiere la elaboración de un informe final escrito, que detalle cada una de las fases realizadas durante este periodo. Es decir la fase diagnóstica, la de propuesta del plan, y la ejecución misma.

La razón primordial de realizar el proyecto, es poder ejecutar en la práctica los conocimientos adquiridos durante la formación académica dentro de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Y el realizar la práctica dentro de una empresa de amplia trayectoria como Industria La Popular, ayuda a adquirir experiencia y solidificar los conocimientos que forjan a un comunicador. Además de aportar soluciones factibles a los problemas de comunicación dentro de la institución.

La información que aporta este proyecto es que los comunicadores somos parte fundamental en una empresa, y que en el departamento de Recursos Humanos, el saber comunicarse con el resto de la corporación es importante, para lograr un agradable clima organizacional y también para la transmisión efectiva de información importante, como lo es la capacitación del personal.

El proyecto realizado solventa la situación, del tiempo espacio en la capacitación del personal de Industria La Popular, y esto es importante ya que ayuda en la consecución de estándares de calidad a nivel internacional. La realización del mismo es viable, pues la optimización de tiempo y espacio para capacitar al personal, es un beneficio económico importante para la empresa.

## **CAPITULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO**

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

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

Ejecutar un diagnóstico que permita determinar las necesidades de comunicación que afectan al departamento de Recursos Humanos en relación a los demás departamentos.

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

- Identificar las causas que provocan los problemas comunicacionales internos.
- Evidenciar la postura del Departamento de Recursos Humanos en cuanto a los problemas comunicacionales que se presentan en las distintas áreas y departamentos.
- Relacionar el problema de comunicación interdepartamental con la deficiencia en la realización de entrenamientos.
- Presentar un plan de comunicación basado sobre el diagnóstico, para solventar la deficiencia comunicacional de los entrenamientos.

#### **1.2. INDUSTRIA LA POPULAR, S.A.**

##### **1.2.1. Ubicación Geográfica**

- Guatemala: Vía 3, 5-42 Zona 4
- Escuintla: Km 56.5 Antigua Carretera Palín, Escuintla.

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

- MERCOSA , Es la empresa encargada de la importación y comercialización de productos de belleza, tales como Max Factor, Cover Girl, Almay. Estos forman parte de la gama de productos que se distribuyen en Guatemala, por medio de Industria La Popular
- PROFISA, (Productos Finos, S.A), es la encargada de la creación y comercialización de los productos belleza y cuidado personal producidos en Guatemala por Industria La Popular. Dentro del listado de productos se pueden mencionar, Calipso, Tamy, Aquarius, Heno de

Pravia, Jabones y geles Olimpo, DK12, Jabonito, entre otros.

- Hotel Conquistador Ramada, provee locaciones para capacitaciones masivas que reciben los colaboradores de La Popular que laboran en zona 4, así mismo Hospedaje para las personas del interior que lo necesitan por motivo de inducción al trabajo, que dura un aproximado de tres días, dependiendo del puesto que ocuparán.
- Cabe resaltar que estas empresas en conjunto con IDEALSA son empresas hermanas, pues están bajo el poder de un mismo dueño.
- Otra alianza estratégica que se puede mencionar, es la que se tiene con INTECAP, quien facilita cursos como “Facilitador de Facilitadores y trabajo en equipo”. cursos que aplican para personal en zona 4 y Escuintla.

### **1.2.3. Antecedentes**

Industria La Popular fue fundada como Hermanos Köng en el año 1920, por Don Federico Kong Osaye, iniciando sus actividades en las instalaciones ubicadas en Z.4 y sus primero productos fueron jabones y Candelas. Hoy día ya no se sigue produciendo candelas, pero la empresa se ha expandido en la producción de productos de Limpieza y Cuidado personal. (www.industrialapopular.com, 2017)

Su primera participación en el mercado de productos de belleza comienza en 1976, empezando con la producción y distribución de cosméticos y otros relacionados. Industria La Popular, S.A. y Productos Finos, S.A., son fundadas como subsidiarias de Hermanos Köng. Y marcas como REVLON, MAXFACTOR, SALLY HANSEN, ALMAY y COVER GIRL, empiezan a formar parte de sus productos.

Con el fin de garantizar procesos y productos de calidad y así capitalizar los mercados globales, en el año 2007, adoptaron el sistema ISO 9000:2008 como el programa básico para llevar a cabo todas las operaciones, logrando las re certificaciones correspondientes desde aquel año hasta la fecha.

Hoy día ILP, cuenta con más de 2, 300 Colaboradores. En Escuintla se encuentran ubicadas sus plantas de producción de jabones, Detergentes y Sulfonación, empaques Flexibles, Barra Corta Grasa, Cuidado Personal y del hogar, líquidos, Así como el tratamiento de Aguas residuales, las bodegas de mantenimiento, control de Calidad y Bodegas de Almacenamiento de Materia Prima

y Productos terminados. En Guatemala se encuentran sus oficinas administrativas y bodega de producto terminado.

Algunos de sus productos son: Jabón Ámbar, Jabón Combo Bex, Cloro Acticlor, Detergente Espumil, Detergente Ultra Klin, Jabón lavaplatos Zagaz, Detergente Tex, Suavizante Terso, Jabón Corona, Olimpo, DK12, Aquarius, Neutro Skin, Revlon, Almay, Max Factor, Cover Girl.

#### **1.2.4. Misión**

“Somos un grupo empresarial multinacional que provee marcas de calidad y valor para nuestros consumidores y clientes, asegurando rentabilidad para bienestar de nuestros colaboradores, accionistas y la comunidad; preservando el medio ambiente.”

#### **1.2.5. Visión**

“Con dinamismo e innovación, juntos construimos un mundo bello, limpio y sano para el bienestar de todas las familias.”

#### **1.2.6. Objetivos institucionales**

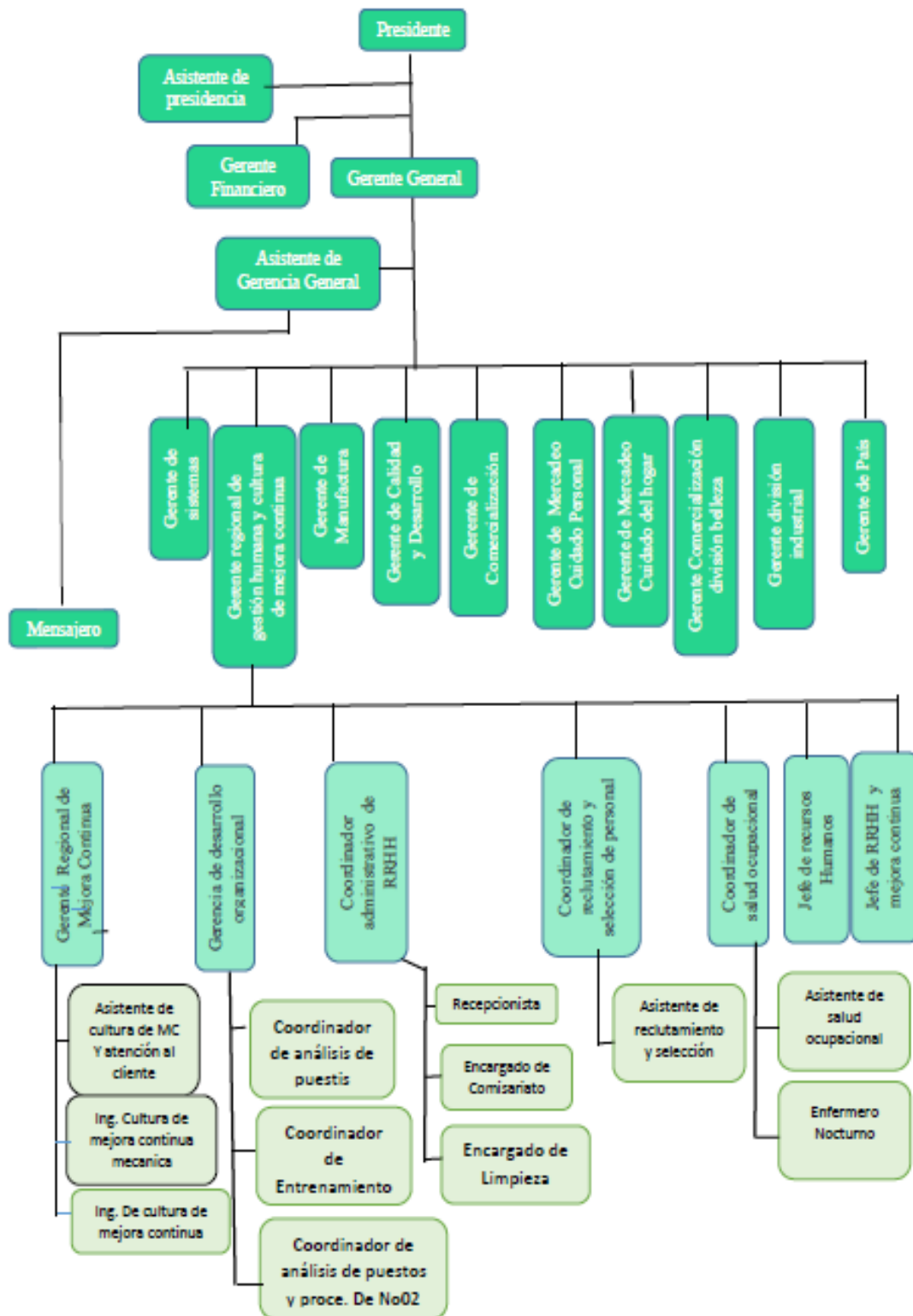
- Estratégico: Crecimiento sostenido 10 en 10
- Calidad y ambiental: satisfacción del cliente, Desarrollo de colaboradores, Mejora continua, Medio ambiente.

#### **1.2.7. Público Objetivo**

IPL Elabora y comercializa productos de alta calidad y gran valor para los mercados y atiende en las categorías de cuidado del hogar, cuidado personal, cosméticos, materias primas, material de empaque y maquilas.

Podría Definirse entonces que el grupo objetivo de IPL, son Amas de casa, y a nivel industrial trabaja con empresas, surtiendo productos de limpieza, materias primas o realización de empaques.

## 1.2.8. Organigrama



Elaborado por: Michelle Aguilar



## 1.3 METODOLOGIA

### 1.3.1. Descripción del método

El razonamiento deductivo es otra fuente de conocimiento, es cuando el hombre tiene unificación de las ideas, se tiene el concepto de veracidad. Es un sistema para organizar hechos conocidos y extraer conclusiones. (Davila Newman, 2006). Pero en el caso del razonamiento inductivo, son juicios particulares para “dar un salto” y concluir en un juicio universal (Martinez Cabrera, 1987)

Debido a que el Departamento de RRHH, tiene relación con las diferentes áreas de la empresa se determinó utilizar una metodología mixta (inductiva/deductiva) se hace necesaria la recolección de información en los distintos departamentos sobre su perspectiva de RRHH. Así mismo se hace necesario el método deductivo, vital para conocer la postura de RRHH ante la problemática comunicacional que considere primordial.

### 1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección

Según Rojas Soriano, (1996-197) citado por (Ruiz Medina, 2011) menciona de las técnicas e instrumentos para recopilar información lo siguiente: “El volumen y el tipo de información-cualitativa y cuantitativa- que se recaban en el trabajo de campo deben estar plenamente justificados por los objetivos e hipótesis de la investigación, o de lo contrario se corre el riesgo de recopilar datos de poca o ninguna utilidad para efectuar un análisis adecuado del problema”.

Las técnicas de recolección que se utilizarán en la investigación serán las siguientes:

- **Observación:** Según (Diaz Sanjuan , 2010) se puede observar de manera científica, es decir observar un objetivo claro y para que se quiere hacer. por esa razón se realizara la observación científica dentro de las instalaciones de Z.4 y planta ubicada en Escuintla, así como de sus métodos de comunicación (cartelera, plataforma virtual, boca a boca) para poder entender el proceso comunicativo interdepartamental.

- **Encuestas:** Los cuestionario o encuestas, según (Hernandez Sampieri, 2010) son el instrumento más utilizado para recolectar datos, estos pueden ser de preguntas cerradas, es decir se presentan respuestas previamente delimitadas. Esta encuesta cerrada será realizada a colaboradores de los departamentos implicados en la investigación, con el fin de determinar la factibilidad de los métodos utilizados por el departamento de RRHH para lograr una adecuada interacción comunicacional.
- **Entrevista:** Para (Murillo Torrecilla) la Entrevista estructurada debe haber sido planificada previamente por el investigador, debe estructurar las preguntas que se quieren formular al entrevistado, con anticipación. Este tipo de entrevista es ideal para la realización de este trabajo, pues se evitara caer en ambigüedades al tratar el tema de los entrenamientos. Sin Embargo Esta entrevista será realizada de manera semi estructurada a la gerente de desarrollo Organizacional de ILP, quien es la encargada de monitorear los entrenamientos de los departamentos y quien puede especificar cuáles son los problemas que, como RRHH, considera y puede ahondar en detalles que pueden considerarse primordiales.

### 1.3.3. Cronograma de Diagnóstico

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES								
Actividad a Realizar	Lapso de Ejecución							
	enero				febrero			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Propedéutico del diagnóstico, del 16 al 20 de Enero, 2017								
Construcción del diagnóstico del 23 de Enero al 22 de Febrero								
Entrevista de Trabajo 27 de Enero								
Confirmación del puesto , 30 de Enero								
Inducción, 31 de Enero								
Inicio de Labores 6 de Febrero								
Observación y recaudo de información del 6 al 10 de Febrero								
Asesoría del diagnóstico preliminar, 11 de Febrero								
Elaboración de Instrumentos 11 y 12 de Febrero								
Asesoría y Validación de Instrumentos del 13 y 14 de Febrero								
Aplicación de Instrumentos 20 al 22 de Febrero								
Vaciado y Análisis de información 22 al 23 de Febrero								
Entrega del diagnóstico, 24 de Febrero								

Elaborado por: Michelle Aguilar

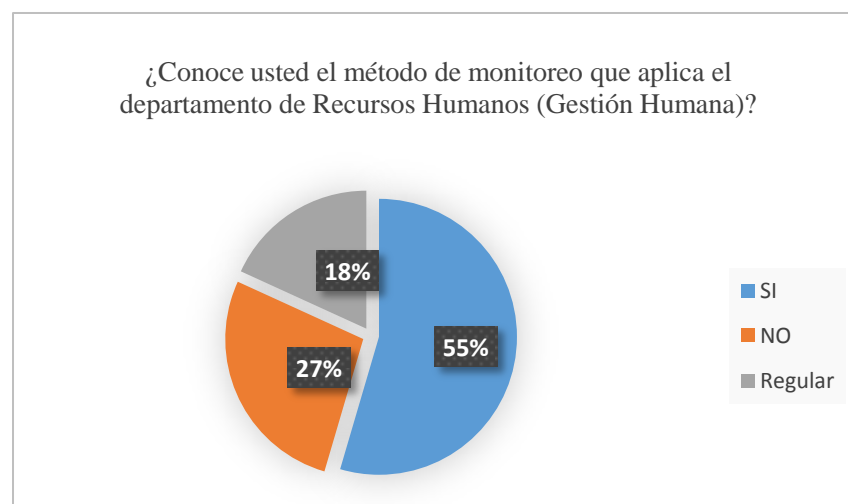
Fuente: <http://grupo6cucproyecto.blogspot.com/2015/04/diagrama-de-gantt.html>

## 1.4 RECOPIACION DE DATOS

### 1.4.1. Graficas e Interpretaciones del resultado de las encuestas

Las encuestas fueron trabajadas sobre una muestra estratificada de 24 personas, quienes son los jefes, encargados, ingenieros de cada área, y tienen a su cargo los entrenamientos de los colaboradores. Esta encuesta fue realizada los días 21 y 22 de febrero de 2017, tomando en cuenta al personal de oficinas Centrales Z.4 y la planta Ubicada en Escuintla.

**Grafica 1**

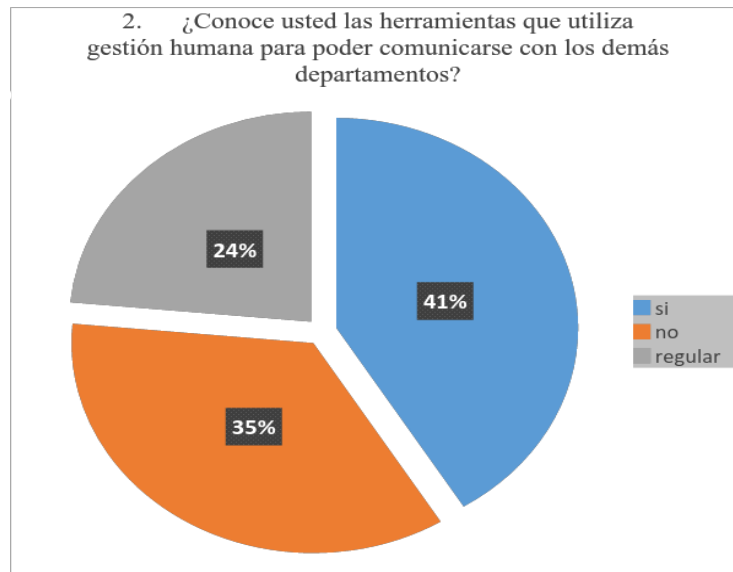


Elaborado por: Michelle Aguilar

#### **Interpretación:**

De acuerdo a los datos obtenidos, se puede observar que solo el 50% de las personas encuestadas tiene conocimiento sobre el monitoreo de las estrategias, que realiza el departamento de RRHH. Lo que denota el desfase de comunicación con algunos departamentos en cuanto a la información de los entrenamientos y monitoreos.

**Grafica 2**

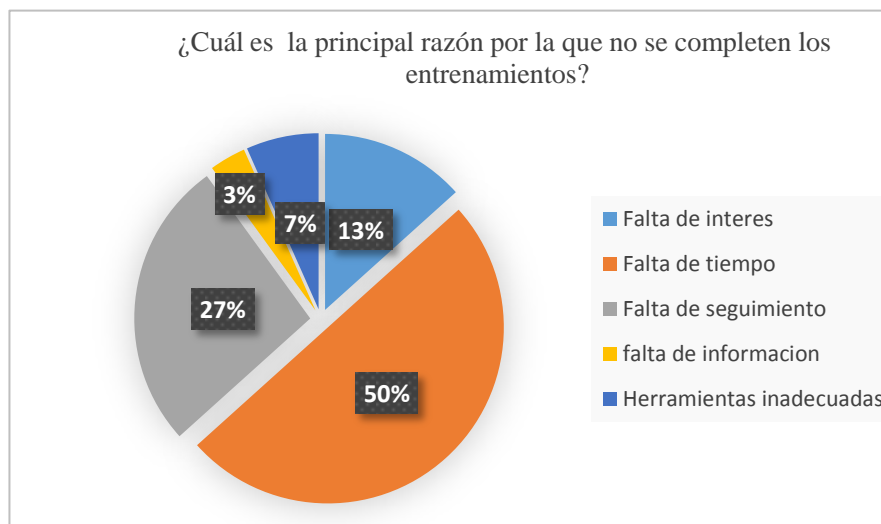


Elaborado por: Michelle Aguilar

**Interpretación:**

Según los datos obtenidos con la pregunta No. 2 se puede denotar que solo el 41% de la población encuestada conoce las herramientas utilizadas por el departamento de RRHH. Lo que indica la necesidad en el refuerzo de herramientas, o creación de herramientas efectivas.

**Grafica 3**

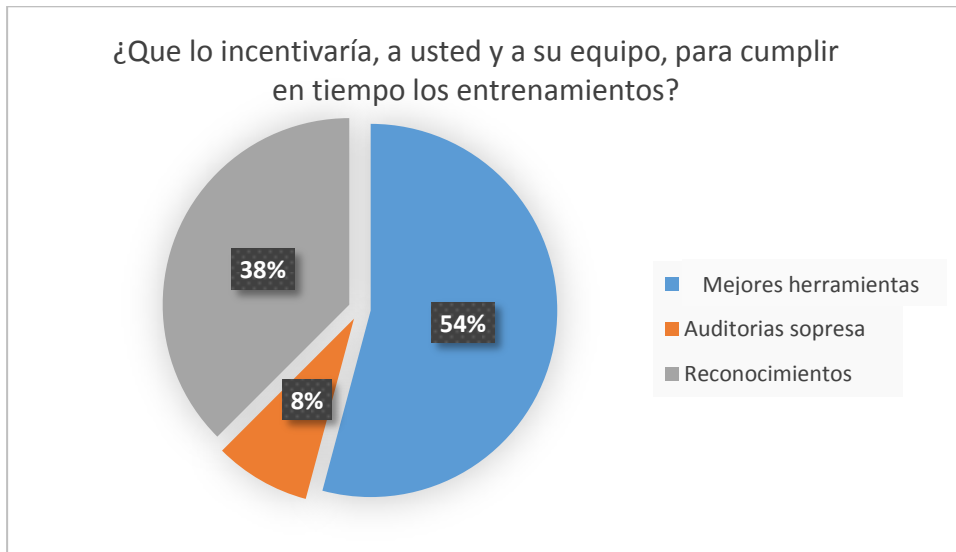


Elaborado por: Michelle Aguilar

**Interpretación:**

El 48% de los encuestados estuvieron de acuerdo de que la principal es la falta de tiempo. Lo que hace necesaria la búsqueda de nuevas formas de poder capacitar las personas, sin afectar su producción laboral. El 27% indico que es la falta de seguimiento, lo que hace necesario una reestructuración en el sistema de control.

**Grafica 4**



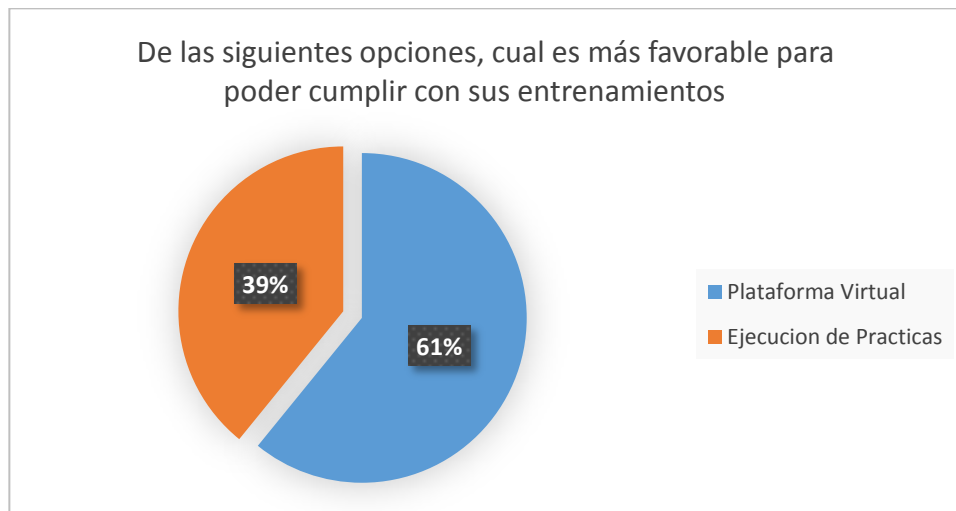
Elaborado por: Michelle Aguilar

**Interpretación:**

La mayor parte de encargados de entrenamientos coinciden en que la mayor debilidad es la falta de herramientas para realizar las capacitaciones en tiempo.

Pues el papeleo y la movilización del personal de las distintas áreas toma, importantes horas de labor.

**Grafica 5**

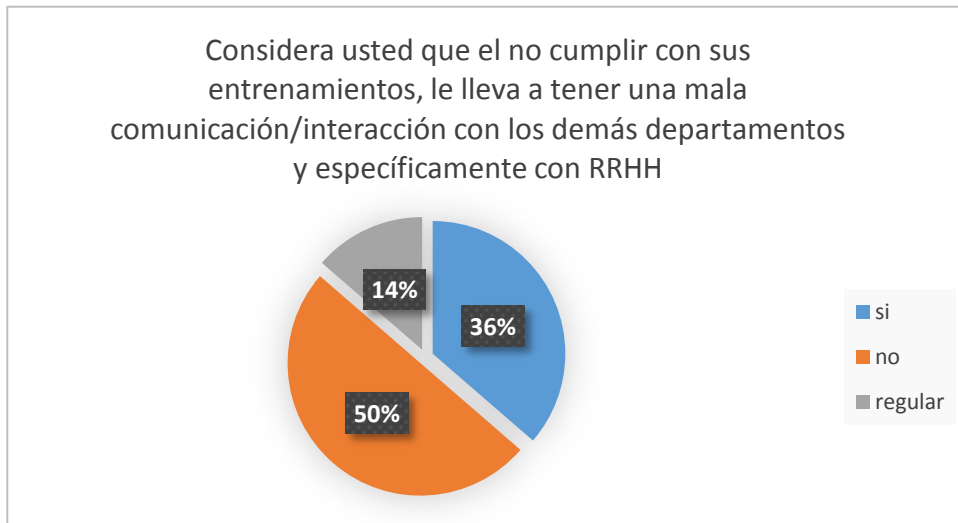


Elaborado por: Michelle Aguilar

**Interpretación:**

La mayor parte de departamentos acuerda que realizar sus entrenamientos en una plataforma virtual. Ya que de esta manera sería más eficiente pues se llevaría un mejor control de tiempo y de entrenamientos completados.

**Grafica 6**



Elaborado por: Michelle Aguilar

**Interpretación:**

La mitad de la población encuestada dijo que no afecta comunicación. Sin embargo la falta de herramientas adecuadas para poder transmitir los entrenamientos. Conlleva a una mala comunicación y desinformación sobre las normas y lineamientos internos.

**1.5 RADIOGRAFIA DE LA INSTITUCION**

**1.5.1 Fortalezas**

- Capacitación continua en los distintos departamentos.
- Reconocimiento de excelencia laboral
- Interconexión de departamentos
- Incentivo a los trabajadores, con el fin de mejorar el rendimiento
- Evaluaciones mensuales de desempeño laboral.

**1.5.2 Oportunidades**

- Contratación constante de personal.
- Poseen plataforma virtual interna.
- Buscan mejoras y estrategias para resolver los problemas comunicacionales
- Acceso a los trabajos realizados con anterioridad
- La importancia que le da ILP a la capacitación de los colaboradores.
- Actualización Anual de los entrenamientos que recibe cada

departamento y su validación con los encargados de los mismos.

- Ostentación del Certificado de ISO9001:2015
- Ostentación del Certificado de ISO27000

### **1.5.3. Debilidades**

- Dificultad de monitoreo en los entrenamientos de los diferentes departamentos.
- Falta de tiempo de algunos departamentos para realizar sus capacitaciones.
- Colaboradores que viajan constantemente a las sedes regionales de ILP, tienen dificultades para poder recibir capacitaciones.
- El no conocer las normativas, políticas y procedimientos internos de la empresa puede provocar que el personal pueda tener accidentes/incidentes y también que la eficiencia de los procesos decaiga.
- No existe departamento de comunicación
- Dificultad en la canalización de la comunicación.

### **1.5.4. Amenazas**

- La falta de tiempo, que tiene el personal para poder capacitarse, no permite el desarrollo del departamento en que se desenvuelve, y no llena las expectativas en los indicadores y monitoreo en RRHH, por lo que el método o sistema puede perder su objetivo.
- El no conocer los procedimientos respectivos, puede resultar en la infracción de algunos requerimientos necesarios para la empresa, para poder obtener la validación de algunos certificados como lo son ISO 9001 e ISO 27000



## CAPITULO II

### 2. PLAN DE COMUNICACIÓN

“Estrategias Para Fortalecer La Comunicación Interna En el Área De Desarrollo Organizacional, Del Departamento De Gestión Humana De Industria La Popular, S.A.”

#### 2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

A través del tiempo, Industria La Popular ha utilizado distintos medios de comunicación para transmitir información a sus colaboradores. Dentro de estos encontramos una revista interna, de la cual se realizaron 10 ediciones, pero ya no sigue en vigencia. La última edición fue creada en el año 2010.

También se trató la implementación de videos, con un Epesista en el año 2015 pero, por razones ajenas, el proyecto se quedó pausado. Actualmente cuentan con la página de Facebook *Gestión Humana ILP*, Correo Electrónico Interno y Cartelera.

En relación a los entrenamientos Industria La Popular ha implementado a través de los años distintas herramientas. Una de ellas es el formato FO081 el cual lleva el control del colaborador, dentro de su proceso de capacitación de entrenamientos tipo A. y así poder dar seguimiento a la información que cada colaborador ha recibido.

Otra Solución que se ha implementado, es la Matriz Automatizada, esta es un formato de Excel, que se maneja para cada departamento. Esta documenta cada puesto existente dentro del departamento, todos los cursos que le aplican al área, y específicamente que entrenamientos le son requeridos a cada colaborador según el puesto que tenga. También lleva un control del tiempo en que se cumplen los cursos.

Cada departamento cuenta con Entrenamientos tipo A, B y C. Los tipo A son los más crítico y deben cumplirse dentro de un periodo de 3 meses, aquí se engloban los cursos de seguridad industrial, seguridad de la información y específicamente del puesto de trabajo. Los tipo B, deben cumplirse en un periodo de

6 meses máximo, y estos son relacionados al desarrollo del colaborador. Y los tipo C son complementarios y que deben cumplirse en un periodo máximo de 1 año.

Para que estos dos formularios sean efectivos, se necesita que se programen los cursos con los jefes de departamento, quienes serán los que deciden en que momento puede dar un espacio al personal para que puedan recibir sus entrenamientos. Sin embargo esto se ve afectado muchas veces por la necesidad de sacrificar el tiempo y producción en las plantas y horarios de trabajo.

## **2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN**

### **2.2.1 Objetivo General**

Crear un Plan de comunicación Interna en el área de desarrollo organizacional, del departamento de Gestión Humana, de Industria La Popular, S.A.”

### **2.2.2 Objetivos específicos**

- Elaboración de material audiovisual que ayude en la transmisión de información, para la capacitación de los colaboradores.
- Implementación de material visual en la plataforma corporativa
- Elaboración de material visual (Banners) para informar a colaboradores del nuevo método de Capacitación.

## **2.3 PUBLICO OBJETIVO**

El grupo objetivo al cual apunta este proyecto, es al público interno,

**Aspectos Psicográficos:** es decir a los gerentes, jefes, ingenieros de proceso, y supervisores. Debido a que estos se encuentran viajando constantemente. O simplemente la falta de tiempo debido a la carga laboral que tienen, les dificulta terminar en tiempo las capacitaciones o le obstaculizan asistir a la sala de capacitaciones.

**Aspecto demográfico:** que laboran para Industria La Popular, de los distintos departamentos. Tanto en Zona 4 de la Ciudad, como en Escuintla.

## 2.4 MENSAJE

### “Despeja tu Camino”

Dentro de la empresa “despeje de camino” es una frase muy común. Esto quiere decir que si un área solicita una tarea a otra y esta no cumple, se pide a un ente mayor que pueda solicitar esa tarea con premura.

Es por esta razón que se adoptó este insight, debido a que esta frase se encuentra posicionada en la mente de los colaboradores. Y al relacionarlo con el entrenamiento comprenderán con inmediatez el concepto. El cual es, no necesitar de alguien más que despeje el camino, cuando se puede hacer por sí mismo.

## 2.5 ESTRATEGIA

- **Material Audiovisual**

Lo que se quiere lograr es transmitir a los colaboradores información importante para la adecuada realización de sus labores y en algunos casos resguardo de su integridad física. Esta información se dará a conocer a través de Videos que estarán al alcance de los colaboradores, pues se ubicaran dentro de la plataforma corporativa.

Esta agilización del proceso de comunicación de los procesos, beneficia a los colaboradores pues cumplirían con sus capacitaciones en un tiempo menor, lo que levantaría sus indicadores de entrenamiento. RRHH será otro de los beneficiados pues agilizaran los procesos de capacitación, incrementando las estadísticas de avance en los indicadores, lo que afectara de forma positiva la rentabilidad de la corporación.

- **Campaña de Información**

Necesaria para dar a conocer a los departamentos involucrados, la nueva metodología de capacitación. Esta campaña involucrará el uso de banner que se ubicaran en salas de capacitaciones. Y recepción. Pues estos son los puntos concurridos por los distintos departamentos.

También se recurrirá al mailing por lo que se requerirá la creación de banners virtuales que se enviaran por medio del Correo Interno, donde se invite a

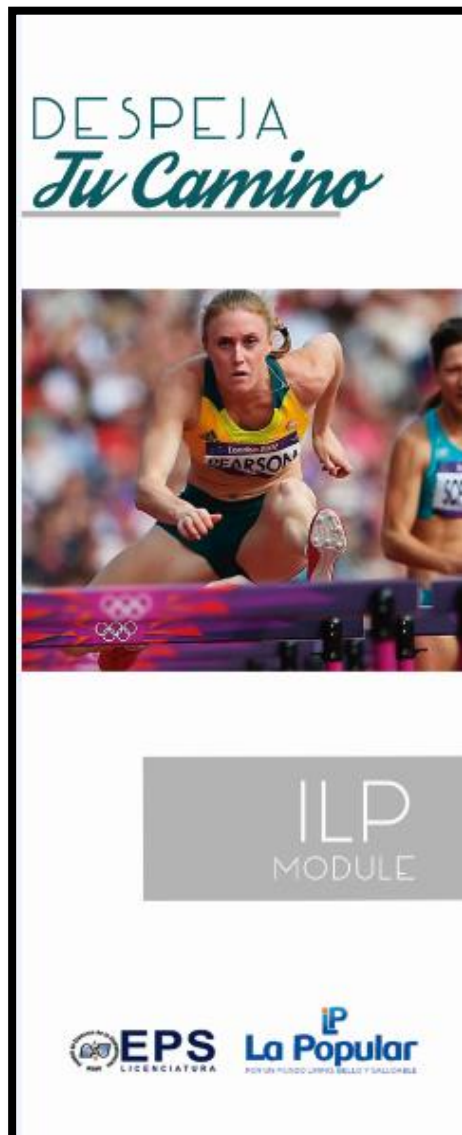
los colaboradores a utilizar la nueva herramienta para capacitarse (video entrenamientos)

## 2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN.

Acción 1	
A qué estrategia responde la acción	Campaña Informativa.
Problema	Desconocimiento de la nueva modalidad en los entrenamientos, y que pueden encontrarlos dentro de la plataforma de la corporación.
Producto	Banners Virtuales (337 x 197 px) que se compartirán a través de correo electrónico. Que inviten a conocer el video-entrenamiento.
Objetivo Comunicacional	Informar sobre la nueva metodología de capacitación, el video-entrenamiento.
Tipo de Mensaje	informativo
Público Objetivo	Interno, colaboradores de ILP
Medio de difusión	Banners digitales que se difundirán A través de correo electrónico y Facebook
<p><b>Descripción:</b> se decidió relacionar con imágenes de atletismo, relacionándolo a que al igual que toda carrera, la vida y los procesos corporativos tienen obstáculos en el camino, que muchas veces nosotros podemos ayudar a despejar.</p>	











Acción 2	
A qué estrategia responde la acción	Campaña Informativa.
Problema	Desconocimiento de la nueva modalidad en los entrenamientos, y de la plataforma de capacitación de la corporación.
Producto	Banners (60x160) inviten a conocer el video-entrenamiento.
Objetivo Comunicacional	Informar sobre la nueva metodología de capacitación, el video-entrenamiento.
Tipo de Mensaje	informativo
Público Objetivo	Interno, colaboradores de ILP
Medio de difusión	Banners 60x160 que se colocaran en Recepción, y salas de Capacitaciones



<b>Acción 3</b>	
A qué estrategia responde la acción	Creación de Material Audio Visual
Problema	Disfuncionalidad de tiempo/espacio al momento de recibir los entrenamientos
Producto	Video-entrenamientos, que faciliten la información a los colaboradores para capacitarse, en el lugar donde se encuentren.
Objetivo Comunicacional	Informar sobre la nueva metodología de capacitación, el video-entrenamiento.
Tipo de Mensaje	informativo
Público Objetivo	Interno, colaboradores de ILP
Medio de difusión	Videos serán subidos a la plataforma de la empresa.
<b>Descripción:</b> los entrenamientos a realizar son el MA001 Manual de documentación y el PD198 Sistema de Análisis de insatisfacción del cliente.	

Proyecto: MA016                      Lugar: Escuintla  
 Director: Michelle Aguilar          Producto: Material  
     Audiovisual  
 Productor: Michelle Aguilar        Fecha: 17 de Mayo 2017  
 Cliente: Industria La Popular       Duración: 7 Minutos

DESCRIPCION	IMAGEN	SONIDO	TIEMPO
1. Se inicia con imagen animada con el nombre del manual y luego con logotipo de ILP		como fondo musical se utilizará la melodía "Carefree" de Kevin Macleod	00:00-00:15 segundos

<p>2. Mei Lai Chang quien es la presentadora, da la bienvenida al curso MA016 "Sistema de capacitación y entrenamiento..."</p>		<p>Carefree de Kevin Macleod</p>	<p>16.00- 23.00 segundos</p>
<p>3.comienza descripción del entrenamiento</p>		<p>Carefree de Kevin Macleod</p>	<p>00:24 – 1:29 segundos</p>
<p>4."Existen actualmente 4 tipos de capacitación y/o entrenamiento, que el colaborador debe recibir: • PUESTO DE TRABAJO..."</p>		<p>Carefree de Kevin Macleod</p>	<p>1:29 – 2:00 minutos</p>
<p>5. explicación..."Todo entrenamiento o charla interna, se aprueba con 70 puntos. Excepto los videos entrenamientos, que se aprueban con 80 puntos. "</p>		<p>Carefree de Kevin Macleod</p>	<p>2:01- 2:44 minutos</p>
<p>6. Explicación..."Lo invitamos a que pueda responder la evaluación, para obtener la respectiva ponderación."</p>	 	<p>Carefree de Kevin Macleod</p>	<p>2:45 – 2:50</p>
<p>Explicación y finalización. Secuencia de imágenes para finalizar, siempre con el mismo fondo musical</p>		<p>Carefree de Kevin Macleod</p>	<p>2:51 – 6.50</p>

## CAPITULO III

### 3. INFORME DE EJECUCION

#### 3.1 PROYECTO DESARROLLADO

Estrategias Para Fortalecer La Comunicación Interna En el Área De Desarrollo Organizacional, Del Departamento De Gestión Humana De Industria La Popular, S.A.

##### 3.1.1. Financiamiento

El 100% de los gastos fueron asumidos por la epesista.

##### 3.1.2. Presupuesto

Presupuesto			
Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo Total
1	Delivery	Q15.00	Q15.00
2	Banners Virtuales (337 x 197 px)	Q120.00	Q240.00
3	Banners	Q45.00	Q270.00
1	audiovisual	Q1,200.00	Q1,200.00
1	Asesoría Comunicacional	Q15,000.00	Q15,000.00
		TOTAL	Q16,725

Elaborado por Michelle Aguilar

##### 3.1.3. Beneficiarios

**Beneficiarios Primarios:** Los demás departamentos de Industria La Popular.

**Beneficiarios Secundarios:** Departamento de Gestión Humana de Industria La Popular

**Cargo:** Gerentes



## Actividad:

Beneficiarios	Beneficio
<b>Beneficiarios Primarios:</b> Gerentes y personal administrativo de los distintos departamentos	El beneficio principal está orientado a este grupo ya que el material de entrenamiento audiovisual, le permitirá cumplir sus capacitaciones en tiempo y desde el lugar en donde se encuentre.
<b>Beneficiarios Secundarios:</b> Área de desarrollo Organizacional del Departamento de Gestión Humana	El beneficio se dirige a personal de entrenamiento pues tendrán un respaldo más de las capacitaciones realizadas, ante una auditoria. Sin Hablar de la disponibilidad de tiempo y espacio físico, para poder programar otros entrenamientos.

Elaborado por Michelle Aguilar

### 3.1.4. Recursos Humanos

- Licenciada Karen Lorenzana, Gerente de desarrollo Organizacional, quien otorgo los permisos para la realización del proyecto.
- Karina Batres, Juliet López y Mei Lai Chang, Coordinadoras de entrenamiento, quienes prestaron ayuda para la grabación del material Audiovisual.

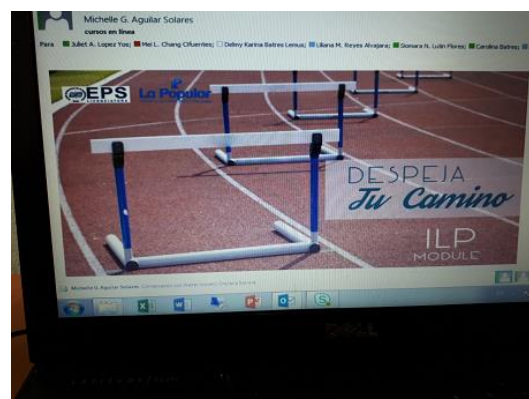
### 3.1.5. Áreas Geográficas de acción

Kilómetro 5.6 Antigua Carretera Palín- Escuintla, Escuintla  
Vía 3, 5-42 Zona 4.

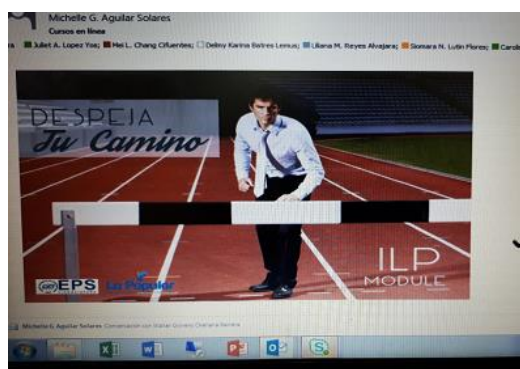
## 3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

- **Estrategia:** Elaboración de Banners virtuales.
- **Objetivo Comunicacional:** Inducir al personal Administrativo de la empresa a visitar ILP MODULE, Plataforma donde se encontrará el material audiovisual.
- **Descripción:** Se realizaron dos Banner Virtuales de 337 x 197 px, que se Difusión por medio del correo interno. A personal administrativo de la empresa.

- **Acciones Desarrolladas:**
  - ✓ Elaboración de Banners Virtuales.
  - ✓ Difusión por medio del Correo interno.
- **Imágenes.**



Difusión de material visual a través de correo electrónico. – Julio 2017. A Cargo de la epeista Michelle Aguilar



Difusión de material visual a través de correo electrónico. – Julio 2017. A cargo de la epeista Michelle Aguilar.



Difusión de material visual a través de correo electrónico. Por la epeista Michelle Aguilar – Julio 2017

- **Estrategia:** Elaboración de Material Audiovisual (video entrenamientos).
- **Objetivo Comunicacional:** Transmitir de manera más versátil, al personal de ILP, información necesaria para su capacitación, permitiéndole la realización de sus labores dentro de la Empresa de manera adecuada.
- **Descripción:** Se realizó Materia Audiovisual, que permite transmitir los conocimientos del Curso MA016 Sistema de Capacitación y Entrenamiento.
- **Acciones Desarrolladas:**
  - ✓ Elaboración de Material audiovisual de entrenamiento
  - ✓ Entrega oficial.
- **Imágenes.**



La Epesista Michelle Aguilar y la Señorita Mei Lai Chang en la grabación del video entrenamiento MA016, Sistema de capacitación y Entrenamiento. – Julio 2017



La Epesista Michelle Aguilar en entrega oficial a la Licenciada Karen Lorenzana, Gerente de desarrollo organizacional de Industria La Popular, del Videoentrenamiento MA016 Sistema de capacitación y Entrenamiento. – Julio 2017

- **Estrategia:** Elaboración de Banners
- **Objetivo Comunicacional:** Inducir al personal Administrativo de la empresa a visitar ILP MODULE, Plataforma donde se encontrará el material audiovisual.
- **Descripción:** Se realizaron 3 de 60 x1.60 que fueron colocados en áreas estratégicas dentro de la empresa.
- **Acciones Desarrolladas:**
  - ✓ Elaboración de Banners
  - ✓ Ubicación dentro de la empresa.
- **Imágenes.**



La epesista Michelle Aguilar en la ubicación de Banners publicitarios– Julio 2017

### 3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES								
Actividad a Realizar	Lapso Ejecución							
	Junio				Julio			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Reuniones								
Diseño								
Correcciones								
impresión								
Difusión y entrega								

Elaborado por: Michelle Aguilar

Fuente: <http://grupo6cucproyecto.blogspot.com/2015/04/diagrama-de-gantt.html>

### 3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO

Estrategia	Indicadores Cuantitativos	Indicadores Cualitativos
<p>Video entrenamiento MA016 sistema de capacitación y entrenamiento.</p> <p>El objetivo de este video entrenamiento, es lograr aumentar el número de colaboradores capacitados.</p>	<p>Estudiando el comportamiento de frecuencia de asistentes a capacitación. Se tomaron 3 muestras con las cuales se concluyó que de un 100% del personal que se convoca a capacitación. Únicamente el 48% logra asistir. Por lo tanto se puede decir que el alcance del video entrenamiento es de un 52% de la totalidad. Más del 50% de alcance</p>	<p>“necesitamos este tipo de capacitaciones, para poder cerrar rápido nuestra matriz de cursos”.</p>

Elaborado por: Michelle Aguilar

## CONCLUSIONES

- Se realizó un plan diagnóstico, que permitió determinar las necesidades de comunicación que afectaban al departamento de Recursos Humanos en relación a los demás departamentos
- Se detectó que una de las causas primordiales por las cuales el personal de Industria La Popular no se capacitaba, era debido a la falta de tiempo debido a sus labores diarias saturadas, o porque el colaborador no se encontraba cuando se programaban las capacitaciones en sala.
- Se realizó material audiovisual que permita la adecuada capacitación del personal, aun sino se encuentra físicamente al momento de programar un curso en sala, o si no dispone de tiempo para asistir a las capacitaciones presenciales programadas.
- Se diseñaron y difundieron banners virtuales a través del sistema de correo electrónico interno. Esto con el fin de abarcar a la mayor parte del personal, incluso los que no se encontraran físicamente dentro de la empresa.
- Para poder ejecutar un plan de acción, es necesaria la realización previa de un diagnóstico. Para realmente ubicar cual es el problema comunicacional primordial, para poderlo remediar.
- Todo resultado obtenido en el diagnóstico, se debe a la utilización adecuada de instrumentos y herramientas de investigación, los cuales reflejaron datos importantes para la realización del plan de acción.
- La postura del departamento de Gestión Humana, es la de buscar soluciones alternativas en cuanto a la solución de problemas, para lograr en la manera de lo posible, lograr avanzar en un 100% en la capacitación del personal

## RECOMENDACIONES

- Se sugiere la actualización del material audiovisual de entrenamiento. Cada 2 años o cuando el proceso departamental sufra algún cambio significativo.
- Se recomienda la creación de más material de entrenamiento audiovisual, que facilite la trasmisión de conocimientos a los colaboradores.
- Monitoreo de las capacitaciones realizadas en la plataforma virtual para procurar mantener el indicador de matriz actualizado.
- Si en determinada ocasión, en un curso programado, el entrenador de esta capacitación se ausenta, se puede presentar el video entrenamiento al personal programado en sala.



## GLOSARIO DE TERMINOS

CONCEPTO	DEFINICION
<b>Área geográfica</b>	Un área de tierra que puede ser considerado como una unidad para los fines de alguna clasificación geográfica.
<b>Banner</b>	Manta vinílica que se coloca sobre un soporte metálico.
<b>Banner virtual</b>	formato publicitario utilizado en internet
<b>Capacitación</b>	conjunto de medios que se organizan de acuerdo a un plan, para lograr que un individuo adquiera destrezas, valores o conocimientos teóricos, que le permitan realizar ciertas tareas o desempeñarse en algún ámbito específico, con mayor eficacia.
<b>Corporación</b>	Organización compuesta por personas que, como miembros de ella, la gobiernan.
<b>Departamento de Gestión Humana</b>	Departamento de Recursos Humanos
<b>Despejar</b>	resolver una situación comprometida
<b>Diagnostico</b>	Recoger y analizar datos para evaluar problemas de diversa naturaleza.
<b>Diagrama de Gantt</b>	El diagrama de Gantt es una herramienta para planificar y programar tareas a lo largo de un período determinado.
<b>Difundir</b>	Propagar o divulgar conocimientos, noticias, actitudes, costumbres, modas, etc.
<b>Dinamismo</b>	Cualidad de las cosas, empresas o actividades que tienen actividad, movimiento e innovación y que están en constante transformación o la hacen posible.
<b>Entrenamiento</b>	Enseñanza o preparación para alguna actividad o técnica
<b>Estrategia</b>	En un proceso regulable, conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.
<b>FO081</b>	Control del colaborador, dentro de su proceso de capacitación de entrenamientos tipo A
<b>ILP</b>	Industria La Popular
<b>Indicadores</b>	índice de avance que marcan las matrices de entrenamiento

<b>Innovación</b>	Creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado.
<b>Insight</b>	referencia a una motivación profunda del consumidor en relación a su comportamiento hacia un sector, marca o producto
<b>Interconexión</b>	Conexión de aspectos, elementos o ideas que originariamente eran individuales.
<b>Mailing</b>	Enviar a los clientes un correo electrónico con las novedades de su empresa con información, promociones y descuentos
<b>Matriz Automatizada</b>	Formato de Excel que documenta cada puesto existente dentro del departamento, todos los cursos que le aplican al área, y específicamente que entrenamientos le son requeridos a cada colaborador según el puesto que tenga. También lleva un control del tiempo en que se cumplen los cursos.
<b>Mensaje</b>	Conjunto de señales, signos o símbolos que son objeto de una comunicación
<b>Monitorear</b>	Proceso mediante el cual se reúne, observa, estudia y emplea información para luego poder realizar un seguimiento de un programa o hecho particular.
<b>Normativa</b>	Conjunto de normas aplicables a una determinada materia o actividad
<b>Objetivo</b>	Punto o zona que se pretende alcanzar u ocupar
<b>Ostentar</b>	Tener un título u ocupar un cargo que confieren autoridad, prestigio, renombre, etc.
<b>Proceso</b>	Conjunto de las fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial.
<b>Público objetivo</b>	público al que diriges tus acciones de comunicación
<b>Rentabilidad</b>	beneficios que proporciona una determinada operación o cosa y la inversión o el esfuerzo que se ha hecho
<b>RRHH</b>	Es la abreviatura de Recursos Humanos, la cual se presenta de esta manera porque hay dos palabras en plural.
<b>Video-entrenamiento</b>	Material audiovisual que contiene información que capacita a las personas.

## BIBLIOGRAFIA

- Hernandez Sampieri, R. (2010). *Metodolgia de la investigacion* (5ta. ed.). Mexico DF, Mexico: Mc Graw Hill.

## EGRAFIA

Davila Newman, G. (2006). El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales. . *laurus*, 12, 184-185. Recuperado el 14 de Febrero de 2017, de <http://www.redalyc.org/pdf/761/76109911.pdf>

Diaz Sanjuan , L. (2010). La observacion (Vol. No. 1). Mexico, Mexico: Facultad de Psicologia, UNAM. Obtenido de [http://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La\\_observacion\\_Lidia\\_Diaz\\_Sanjuan\\_Texto\\_Apoyo\\_Didactico\\_Metodo\\_Clinico\\_3\\_Sem.pdf](http://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La_observacion_Lidia_Diaz_Sanjuan_Texto_Apoyo_Didactico_Metodo_Clinico_3_Sem.pdf)

Hernandez Sampieri, R. (2010). *Metodolgia de la investigacion* (5ta. ed.). Mexico DF, Mexico: Mc Graw Hill.

Martinez Cabrera, F. (1987). El Metodo Inductivo. Recuperado el 14 de febrero de 2017, de <http://eprints.uanl.mx/5599/1/1080071376.PDF>

Murillo Torrecilla, J. (s.f.). *Metodologia de Investigacion Avanzada* (1 ed., Vol. 1). UAM. Recuperado el 04 de Abril de 2017, de [https://uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/Met\\_Inves\\_Avan/Presenciones/Entrevista\\_\(trabajo\).pdf](https://uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/Met_Inves_Avan/Presenciones/Entrevista_(trabajo).pdf)

Ruiz Medina, M. I. (25 de marzo de 2011). eumed.net. Recuperado el 18 de Agosto de 2017, de [http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas\\_instrumentos.html](http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas_instrumentos.html)

[www.industrialapopular.com](http://www.industrialapopular.com). (febrero de 2017). Obtenido de <http://industrialapopular.com/nuestra-empresa/>

- [rae.es](http://dle.rae.es/?id=De7qNYD) (agosto 2017) Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=De7qNYD>

## **ANEXOS**

### **Transcripción Completa de entrevistas**

**¿Podría explicar de manera detallada, cual es el papel que desempeña el área de desarrollo organizacional, del Departamento de RRHH, dentro de la empresa?**

- “Mi papel básicamente es controlar y dirigir el desarrollo del personal dentro de la organización, basándome en métodos y herramientas que ayuden a la motivación y formación del personal, a fin de que se logre desempeñar correctamente dentro de la empresa y buscar su desarrollo profesional dentro de la empresa.

Dentro de mis actividades está el análisis de puestos, que es básicamente asegurar que haya una estructura dentro de la empresa. Un organigrama, descriptores de puesto, perfiles adecuados para su contratación, también veo el tema de entrenamiento y capacitación que básicamente es asegurar que el personal tenga las competencias necesarias para desempeñarse adecuadamente.

Veo también lo que es, evaluación del desempeño, para poder identificar aquellas brechas u oportunidades de mejora en el personal, y trabajar sobre ellas, y planes de visión que vienen a la mejora de las mismas, y también vemos lo que es el clima organizacional, que es evaluar el nivel de satisfacción de los colaboradores hacia la empresa y trabajar también planes de acción para buscar siempre su mejora.”

**¿Utiliza alguna herramienta para medir la efectividad del sistema?**

-“Sí, hay diferentes indicadores actualmente en cada uno de los sistemas, que ayudan a medir el cumplimiento de cada uno de estos programas, como lo es clima, evaluación del desempeño, entrenamiento. Básicamente indicadores de cumplimiento.”

**¿Considera que las herramientas que se utilizan, se ejecuta de forma efectiva?**

-“Las herramientas que se utilizan si, por su puesto si hay una oportunidad de mejora, por que como te decía anteriormente, únicamente medimos el cumplimiento, pero quizás nos hace falta ese paso de medir la efectividad o eficacia verdad. De cada uno de estos sistemas.”

### **¿Qué circunstancias son las que no permiten que los departamentos realicen las capacitaciones asignadas?**

-“Hay diferentes motivos, puede ser por tiempo, estamos en una empresa de industria, manufacturera, en el caso de escuintla, en el caso de aquí de Guatemala pues están todos los equipos de comercialización entonces tienen cada uno sus diferentes actividades, en el caso de manufactura cuando se dispara la producción, entonces es bien complicado quizás el de que el personal pueda asistir, pues la mayoría de nuestros entrenamientos son asistenciales, entonces tiene que presentarse en una sala y eso implica dejar por momentos la producción. En el caso de comercialización, básicamente es que las personas viajan mucho, entonces por cuestión de tiempo prácticamente es el inconveniente principal.”

### **¿Qué repercusiones trae, para el monitoreo y su departamento, la inadecuada interacción con las demás áreas?**

-“Pues básicamente, problemas de comunicación, porque al no existir un sistema de comunicación que fluya y sea constante, nuestros lineamientos, políticas, y procedimientos son a base de un sistema documental, y esto se convierten a su vez en entrenamientos internos, entonces al tener nosotros esos inconvenientes, digamos por falta de tiempo, o de herramientas que estén al alcance del personal, que sean más eficientes quizás, entonces incurrimos en este tipo de inconvenientes, de que se den problemas de comunicación, pues por que el personal no llega a conocer en tiempo estos cambios que se dan en los documentos.”

### **¿Este problema es nuevo, o viene de tiempo atrás?**

-“Viene de tiempo atrás, con los diferentes programas y sistemas que nosotros hemos implementado, por ejemplo, certificaciones que hemos adquirido. La empresa cuenta con múltiples certificaciones, como ejemplo, ISO9001, que es calidad en los procesos; tenemos Franklin Covey (4 disciplinas). Actualmente estamos en proceso de Certificación de ISO 27001 que es seguridad de la información. En el caso de planta, de manufactura estamos en busca de la certificación de Lean Six Sigma. Y en fin, hay varios sistemas también que nos auditan a nosotros, como el ministerio de salud, Tenemos clientes a quienes nosotros le maquilamos, que nos auditan, como por ejemplo WALMART, UNILEVER. Que al final pues si son sistemas que nos han ayudado a mejorar como empresa, pero con el volumen de requisitos que tenemos que cumplir y la cantidad de trabajo, entonces si se ha intensificado el inconveniente de la comunicación y el poder cumplir con este tipo de programas, como el entrenamiento, el sistema documental.”

### **¿Qué soluciones han implementado?**

-“Por ejemplo en la parte de desarrollo, básicamente en el tema de entrenamiento, lo que nosotros hemos procurado es que el personal ingrese a su área de trabajo con el mayor conocimiento posible de nuestros procedimientos y lineamientos y de todos los requisitos con los que se debe de cumplir.

Entonces comentaba anteriormente que tenemos una serie de procedimientos, políticas, manuales, instructivos que son internos y que el personal debe de conocer. Pero por la misma dificultad de ese tiempo, que es escaso acá. Nos cuesta de que el personal sea enviado a la sala para poder recibirlo, entonces lo que nosotros hemos procurado es de que la primera semana antes de que el colaborador ingrese a sus labores, programarle una serie de entrenamientos, para que los pueda recibir de forma intensiva y así ya no ingresa al área de trabajo, como algo perdido, sino con el mayor conocimiento posible y a los restan pues ya se le irán programando con los meses poco a poco.”

**Qué departamentos presentan mayor dificultad comunicacional?**

-“Podría decir manufactura, el área comercial, y mercado”

**¿Considera que instrumentos considera que sería implementar para apoyar al sistema que llevan actualmente?**

-“Quizás utilizar un poquito más la tecnología, que pueda estar más al alcance de los colaboradores. Digamos en el caso de manufactura, que no haya necesidad de sacarlo de su área de trabajo, sino que en campo pueda el recibir sus entrenamientos. No digamos en el caso de comercialización, que a través de un teléfono, o que se puedan conectar a su laptop, en el avión o en el hotel, que pueda estar al alcance el entrenamiento, y así no pueda haber ni una excusa de que no pudo capacitarse.”



## Vaciado de Encuestas

Se utilizó muestra estratificada, encuestando a los encargados (jefes e ingenieros) de cada área y departamento; y que tienen bajo su mando los entrenamientos.

El vaciado se realizó en Excel utilizando la fórmula:

$$\frac{\text{No. Respuestas específicas}}{\text{Total de respuestas}} \times 100$$

1. Conoce usted el método de monitoreo que aplica el departamento de Recursos Humanos (Gestión Humana)

RESPUESTA	TOTAL	PORCENTAJE
SI	12	50%
NO	7	29%
Regular	5	21%

2. ¿Conoce usted las herramientas que utiliza gestión humana para poder comunicarse con los demás departamentos?

RESPUESTA	TOTAL	PORCENTAJE
si	7	29%
no	6	25%
regular	4	17%



3. Cuál es la principal razón por la que no se completen los Entrenamientos

RESPUESTA	TOTAL	PORCENTAJE
Falta de interés	4	12%
Falta de tiempo	16	48%
Falta de seguimiento	9	27%
falta de información	2	6%
Herramientas inadecuadas	2	6%

4. ¿Que lo incentivaría, a usted y a su equipo, para cumplir en tiempo los entrenamientos?

RESPUESTA	TOTAL	PORCENTAJE
Mejore herramientas	14	58%
Auditorías sorpresa	3	13%
Reconocimientos	9	38%

5. De las siguientes opciones, cuál es más favorable para poder cumplir con sus entrenamientos.

RESPUESTA	TOTAL	PORCENTAJE
Plataforma Virtual	15	60%
Ejecución Práctica	10	40%

## Lista de Acciones

ACTIVIDAD	REALIZADA	NO REALIZADA	DESCRIPCION
Creación de material audiovisual de entrenamiento	<b>X</b>		Se realizó material audiovisual con una duración de 7 minutos. Se hizo con esta duración, ya que el espectador perderá la atención si el tiempo de duración es muy amplio. Lo cual afectaría en la eficacia del entrenamiento.
creación de Banners Virtuales de 337 x 197 px	<b>X</b>		Se Realizaron 2 diseños de Banners Virtuales que se difundieron por medio de correo electrónico.
creación de miniclips		<b>X</b>	No se realizaron pues se observó la página oficial de Gestión Humana en Facebook y la configuración era libre. Lo cual deriva en que no se encontraba únicamente personal de Industria La Popular como amiga de la página, sino también personas externas. Lo cual crearía mucha confusión.
entrega publica del material de entrenamiento		<b>X</b>	No se pudo realizar la entrega publica del entrenamiento pues, no se podía contar con la participación de todos los gerentes de Z.4 y Escuintla
Elaboración de Material visual, Banners de 60 x 1.60	<b>X</b>		Se realizaron 3 Banners con estructura metálica. Que se ubicaron en puntos estratégicos dentro de la organización

## Dialogo Completo del MA016 Sistema de capacitación y entrenamiento

Bienvenido Al Video entrenamiento MA016, Sistema de capacitación y entrenamiento.

El objetivo de este manual, es establecer un sistema de capacitación y entrenamiento que determine las necesidades de capacitación, así mismo asegurar que los colaboradores estén entrenados y calificados para realizar las tareas inherentes a su puesto de trabajo. Así también, propiciar el desarrollo profesional dentro de la empresa.

El proceso, comienza al ingresar a la empresa. El nuevo colaborador entra a un proceso mediante el cual se le integra a la empresa, suministrándole información básica en seguridad, calidad y organización general de la empresa. A este proceso le llamaremos inducción General a la empresa.

Ya dentro del área de trabajo, el colaborador debe recibir la inducción al puesto de trabajo, que es el proceso mediante el cual, se le introduce al área en la que se desempeñara, incluyendo temas específicos del área, como seguridad, organigrama, descriptor de puesto entre otros.

Hay que tomar en cuenta que cuando el colaborador es promovido, también debe recibir la inducción a su nuevo puesto de trabajo. Haciendose las equivalencias de los temas que fueron recibido en el puesto anterior.

Cada Área de la empresa, cuenta con una matriz de entrenamiento, que contiene los requerimientos mínimos de entrenamiento, por categoría y nivel, que deben aprobar los colaboradores.

Existen actualmente 4 tipos de capacitación y/o entrenamiento, que el colaborador debe recibir:

- PUESTO DE TRABAJO, que busca incrementar las competencias para la realización del trabajo.
- CALIDAD: su objetivo es implementar y mantener los fundamentos y normas de calidad.
- SEGURIDAD INDUSTRIAL Y SALUD OCUPACIONAL: que contribuyen a la prevención de accidentes y enfermedades.
- TECNICO ADMINISTRATIVO: estos refuerzan la administración de recursos, bienes y servicios de la empresa.

Estos entrenamientos o capacitaciones, también se clasifican según su grado de importancia.

Y las categorías son:

- TIPO A, O REQUERIMIENTO CRITICOS: que son los que debe de recibir el colaborador, antes de operar solo las actividades de su puesto. Estos deben cumplirse en un tiempo no mayor a 3 meses.
- TIPO B, REQUERIMIENTOS COMPLEMENTARIOS: Son los que se deben conocer para garantizar la operación confiable y segura, y deben ser impartidos en un tiempo no mayor a 6 meses.
- TIPO C, REQUERIMIENTOS DE MEJORA: que buscan reforzar la administración de recursos y servicios de la empresa. Su tiempo de cumplimiento es de 1 año.

Todo entrenamiento o charla interna, se aprueba con 70 puntos. Excepto los videos entrenamientos, que se aprueban con 80 puntos.

Todos los registros de entrenamientos se conservan en los expedientes de capacitación y entrenamiento de cada empleado. Por lo cual es necesario que los instructores trasladen al área respectiva, las evaluaciones calificadas y firmadas, en un periodo no máximo de 2 días.

Cada año se debe realizar la revisión, actualización y validación de entrenamientos definidos en la matriz de entrenamiento. Siendo el gerente de área, el responsable de diseñar, completar y mantener la matriz, para todos los puestos a su cargo.

La matriz puede ser modificada por cualquiera de las siguientes razones:

- Solicitud del comité de control de cambios
- Por la definición, modificación o eliminación de una descripción de puesto.
- Cambio en los objetivos estratégicos de la empresa.
- Creación y/o eliminación de procedimientos, instructivos, manuales y otros.
- Por detección de fallas.

#### DETECCION DE NECESIDAD DE ENTRENAMIENTO

Alguna de las razones por la cual se realizan las DNE son las siguientes.

- Evaluaciones del desempeño
- Cambios a descriptores de puesto
- Inducción al puesto de trabajo
- Avance a la matriz de entrenamiento
- Calendarización anual

Estas deben ser generadas por el administrador de matriz, cada inicio de mes para poder hacer la respectiva programación de cursos. Esta programación se realiza del 1 al 6 de cada mes.

#### REENTRENAMIENTO:

Este aplica en cualquiera de los siguientes casos.

- Cambios en sistemas o procesos.
- Cambios en instructivos y manuales.
- Por vencimiento de los cursos.

#### Y QUIEN CREA LOS ENTRENAMIENTOS?

Los entrenamientos pueden ser creados por gerentes de Área, o persona responsable de un proceso. Y es el dueño del entrenamiento en conjunto con los instructores, quienes deben mantener actualizado el material de la capacitación y planes de entrenamiento.

Es también el dueño del entrenamiento o instructor quien indica la modalidad de la evaluación del curso. En cualquiera de sus cuatro tipos:

- Asistencial: donde no se hace una evaluación formal y solo se verifica a través de la lista de asistencia, que los participantes presenciaron la capacitación.
- Evaluación teórica: cuando se hace una evaluación escrita para medir el nivel de comprensión
- Evaluación practica: esta se hace a través de la verificación de habilidades,
- Lista de implementación: a través de una copia controlada y no se hace evaluación formal.

El instructor certificado es el único autorizado y responsable de calificar las evaluaciones del curso impartido.

#### CERTIFICACION DE INSTRUCTORES:

El gerente de desarrollo y también el dueño del entrenamiento o dueño del proceso son responsables de certificar mínimo a un back up. Y Para poder certificar a un instructor, es necesario llenar el FO012 Hoja de verificación de habilidades.

Para poder ser certificado se debe seguir con los siguientes pasos:

- Recibir el curso “facilitador de Facilitadores”
- Realizar el material de entrenamiento del curso, completando el FO082 *Plan de entrenamiento*.
- Demostrar habilidad impartiendo entrenamientos, y ser calificado a través del FO012.

Para finalizar Toda persona que quiera ser entrenadora debe:

- Conocer 100% los procedimientos sobre los cuales va a entrenar y debe
- Contar con el FO012 con un punteo de 5pts.

Esto ha sido el MANUAL DE SISTEMA DE CAPACITACION Y ENTRENAMIENTO.

Lo invitamos a que pueda responder la evaluación, para obtener la respectiva ponderación.

Nos despedimos compartiéndole la siguiente frase

Las oportunidades no ocurren, se hacen

- Chris Grosser

Esperando acompañarle en una próxima ocasión, hasta pronto.

Guatemala 17 de agosto de 2017

Licda. Sandra Hernandez  
Supervisora EPSL  
Presente,

Por este medio hago constar que Michelle Gabriela Aguilar Solares, Epesista de Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, quien se identifica con el número de carné 200916444. Hizo entrega de los siguientes materiales como parte de su proyecto realizado dentro de Industria La Popular S.A.

- 3 Banners ( 60 x 1.60)
- 2 Banner Virtuales
- 1 Cd conteniendo el video entrenamiento MA016 Sistema de Capacitación y Entrenamiento,

Sin otro particular me suscribo de usted,

---

Licda. Karen Lorenzana  
Gerente de desarrollo Organizacional  
Industria la Popular, S.A.

**Industria Popular**  
Via 3 5-42, Zona 4  
Tel.: 2420-0202



**JOHAN SAMUEL PAIZ GONZÁLEZ**

Calzada San Juan 24-90 Zona 7,  
Colonia Kaminal Juyu I, Guatemala, C.A.

☎ 2474-8283 ☎ 4161-6380

✉ atodahoraimpresiones@gmail.com

FACTURA SERIE "G"

**NIT: 2238972-5**

**Nº 300148**

	DÍA	MES	AÑO
Guatemala,	31	07	2017

Nombre: Michelle Aguilar Nit: G/f

Dirección: Ciudad

CANT.	DESCRIPCIÓN	TOTAL
3	X banner con su respectiva manta + envío	Q270 Q285
TOTAL EN LETRAS: <u>Docientos ochenta y cinco</u>		TOTAL Q. <u>Q285</u>

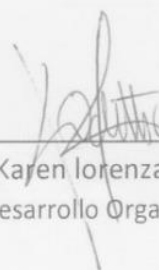
**SUJETO A PAGOS TRIMESTRALES**

Imprenta APM Nit: 2523899-K del 01 al 1,000, Autorizado Según Resolución 2017-5-645-1054 de fecha 06-06-2017, vencen el 06-06-2019  
ORIGINAL: Cliente • DUPLICADO: Contabilidad

### Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Michelle Gabriela Aguilar Solares  
 No. Carné y DPI: 200916444/ 1845356380101  
 Jefe o Encargado (a): Licenciada Karen Lorenzana, Gerente de desarrollo Organizacional  
 Institución o Empresa: Industria La Popular, S.A.  
 Supervisora de EPSL: Licda. Sandra Hernández

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 5 / Al: 09	Junio	8	8	8	8	7	x	39
2	Del: 12 / Al: 16	Junio	8	8	8	8	7	x	39
3	Del: 19 / Al: 23	Junio	8	8	8	8	7	x	39
4	Del: 26/ Al: 30	Junio	8	8	8	8	7	x	39
5	Del: 3 / Al: 7	Julio	8	8	8	8	7	x	39
6	Del: 10 / Al: 14	Julio	8	8	8	8	7	x	39
7	Del: 17 / Al: 21	Julio	8	8	8	8	7	x	39
8	Del: 24 / Al: 28	Julio	8	8	8	8	7	x	39
9	Del: 31 / Al: 4	Julio-Agosto	8	8	8	8	7	x	39
10	Del: / Al:		x	x	x	x	x	x	
<b>TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS</b>									351 horas.

(f)   
 Karen Lorenzana  
 Gerente de desarrollo Organizacional

  
 Industria La Popular  
 Via 3 5-42, Zona 4  
 Tel.: 2420-0202

(f)   
 Licda. Sandra Hernández  
 Supervisor EPSL