

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



**“PLAN ESTRATEGICO DE FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN  
INTERNA DE SAFETY DEPOT S.A.”**

Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:  
**ADRIANA ISABEL RODRÍGUEZ CASTELLANOS**  
**CARNÉ: 200719998**

Previo a portar el título de:  
**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Guatemala, Agosto de 2017

**Consejo Directivo:**

**Director:**

M. Sc. Sergio Vinicio Morataya García

**Representantes Docentes:**

M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijilio

**Representantes Estudiantiles:**

Mario Roberto Barrientos Aldana

Anaite del Rosario Machuca Pérez

**Representante de Egresados:**

M.A. Jhonny Michael Gonzáles 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, 04 de 09 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 **"ADRIANA ISABEL RODRÍGUEZ CASTELLANOS"** con número de carné: **"200719998"** de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, realizo el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en **"ADMINISTRATIVO Y VENTAS"** cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **03 del 07** al **08 del 09** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: **"PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNO DE LA EMPRESA SAFETY DEPOT S.A."** entregando el material respectivo y debidamente recibido por: **"SAFETY DEPOT 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,

Oscar Francisco Tello Hernández

Gerente Administrativo

SAFETY DEPOT, S.A.  
Calzada Aguilar Batres 43-35 zona 12, Local No. 5 Plaza Monte María  
Nit: 9034157-0 Teléfono: 2479-1184



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



Guatemala 19 de octubre de 2017

Estudiante  
Adriana Isabel Rodríguez Castellanos  
200719998  
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 ESTRATEGICO DE FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DE SAFETY DEPOT 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:

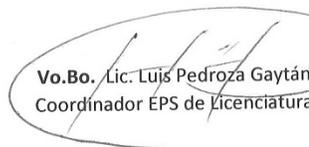
- Biblioteca USAC
- Biblioteca ECC
- Secretaría ECCLic. Fernando Ismael Flores Barrios
- Institución o empresa
- Coordinación EPSL

Sin otro particular

"ID Y ENSEÑANZA A TODOS"

  
Lic. Fernando Ismael Flores Barrios  
Supervisor EPS de Licenciatura



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




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

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12 • Teléfono: (502) 2418-8920. Telefax: (502) 2418-9810  
www.comunicacion.usac.edu.gt



Para efectos legales, únicamente el autor es responsable del contenido del trabajo.

## DEDICATORIA



**A DIOS Y MARÍA SANTÍSIMA:** Por la bendición de la vida, porque sin fe y amor nada tendría sentido.

**A MI MADRE:** Por enseñarme a trabajar por mis sueños, por el hogar que formó para nosotros y por estar siempre para mí, a pesar de los momentos difíciles.

**A MI PADRE:** Por dejarme volar, por creer siempre en mis sueños y confiar en mi talento para lo que se me ocurra. Gracias por enseñarme a amar en todas las distancias y a pesar de cualquier circunstancia. Por ser mi primer amor.

**A MIS HERMANOS:** María de Los Ángeles, César Ovidio y Aracely F.; por todo lo que significan en mi vida. Porque hemos crecido juntos, somos tan diferentes y tan iguales, porque en cada día de mi vida han estado para apoyarme en cada locura. Por ser muy unidos siempre.

**A MIS SOBRINOS:** Eddy, Pablo César, Fernando y Marielos; porque con su cariño e inocencia han llenado mi vida de mucha alegría. Porque espero sean personas de bien y siempre busquen hacer realidad sus sueños. Con trabajo y dedicación todo se puede.

**A MI NOVIO:** Porque durante este proceso estuviste pendiente cada día, te emocionaste conmigo, fuiste mi apoyo incondicional. Porque me has dado aliento cuando sentía que las cosas se me complicaban. Por todo tu amor y lo que significas en mi vida.

**A MIS ANGELES:** Que desde el cielo me cuidan; mamá Marta y papá Carlos, gracias por todas sus enseñanzas, por cuidar mi niñez y sobre todo por llenar mis recuerdos de felicidad y travesuras. A mi mamá Clarita y abuelo Guicho; por sus consejos y ejemplo de personas trabajadoras.

**A MIS AMIGOS Y AMIGAS:** A cada uno de ustedes que forma una parte tan importante en mi vida, que compartieron conmigo los momentos de universidad y tantas aventuras, a ustedes que me hicieron olvidar el estrés con un partidito, a ustedes que siempre me han apoyado y se alegran de las cosas buenas en mi vida. Lulú gracias por ser tan incondicional.

**A MIS DOCENTES:** A aquellos que aman enseñar, que están para sus alumnos y nos van ayudando a crecer como profesionales. A todos ustedes que me han llenado de sus consejos y me motivaron a siempre seguir adelante. Profesor Manuel, siempre lo tengo presente en mi vida. Sor Berta Peralta, gracias por enseñarme a organizar mis desorden y comportamiento.

## AGRADECIMIENTOS

A la **UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**, mi alma mater. salir de esta casa magna es un sueño hecho realidad que me llena de mucha satisfacción. He llegado siendo una adolescente y hoy me siento una mujer San Carlista completa y con ganas de seguir creciendo profesionalmente.

A la **ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**, que en sus salones me lleno de conocimientos y pasión por esta profesión. A todos los docentes que me brindaron sus consejos y conocimientos.

Al licenciado **JAIRO ALARCON** por su apoyo y motivación para concluir esta etapa de mi vida profesional.

Al licenciado **LUIS PEDROZA**, por brindarnos su apoyo en el proceso de EPS en la Licenciatura.

Al licenciado **FERNANDO FLORES**, por su paciencia y colaboración en las reuniones de supervisión al proyecto.

A la licenciada **JOSELINE KARINA CONTRERAS CAMPOS**, por tomarte el tiempo de leer este documento y además brindarme tu colaboración.

A la empresa **SAFETY DEPOT S.A.**, por abrirme las puertas y permitirme brindar mi aprendizaje durante mi vida estudiantil. Porque además colaboraron con todo mi proceso profesional.

Al licenciado **LEONEL ALBERTO LEIVA CORZO**, por brindarme toda la información sobre la empresa y por confiar en mi trabajo.

Al señor **ÓSCAR FRANCISCO TELLO HERNÁNDEZ**, por el tiempo dedicado a enseñarme todo sobre la seguridad industrial.

A todos los colaboradores de Safety Depot, porque estuvieron atentos a los cambios realizados en la empresa. Por sus consejos, opiniones y sobre todo por participar en cada actividad realizada con el mejor ánimo.

## RESUMEN

Nombre de la Empresa:

Safety Depot S.A.

**Nombre del Proyecto:**

Plan de Comunicación Interno de la empresa Safety Depot S.A.

**Objetivos del Proyecto:**

Objetivo General

- Establecer un plan de comunicación interno que desarrolle y fortalezca la comunicación efectiva en la empresa.

Objetivos Específicos

- Fortalecer la imagen institucional interna.
- Reforzar los canales de comunicación internos en la empresa.
- Elaborar material comunicacional para el departamento de ventas.
- Mejorar las relaciones interpersonales y el ambiente laboral de la empresa.

**Sinopsis del Proyecto:**

El proyecto está dirigido a una empresa que se dedica a la venta y distribución de equipo de seguridad industrial y salud ocupacional. Es una empresa pequeña que ha ganado respeto en el mercado por el servicio que brinda a sus clientes.

Se elaboró una estrategia de comunicación interna; debido a los inconvenientes que se observaron en la empresa. La falta de comunicación entre el departamento administrativo y de ventas causaba mala relación con cierto grupo del personal.

Las estrategias están ligadas a mejorar la comunicación interna, a mejorar las relaciones interpersonales y el ambiente laboral, además de organizar y controlar cada uno de los procesos que se realizan dentro de la empresa. Manteniendo un orden y reforzando la imagen institucional de forma interna.

# Contenido

<b>Introducción</b> .....	- 4 -
<b>CAPITULO I</b> .....	- 5 -
<b>1. Diagnóstico</b> .....	- 5 -
<b>1.1 La Institución</b> .....	- 5 -
<b>1.2 Ubicación Geográfica</b> .....	- 5 -
<b>1.3 Integración y Alianzas Estratégicas</b> .....	- 5 -
<b>1.4 Antecedentes Históricos</b> .....	- 5 -
<b>1.5 Antecedentes sobre Seguridad Industrial</b> .....	- 6 -
<b>1.7 Visión</b> .....	- 11 -
<b>1.8 Objetivos Institucionales</b> .....	- 11 -
<b>1.9 Público Objetivo</b> .....	- 12 -
<b>1.10 Organigrama Empresarial</b> .....	- 12 -
<b>1.11 Departamentos en la Empresa</b> .....	- 13 -
<b>1.11.1 Gerencia General</b> .....	- 13 -
<b>1.11.2 Departamento Administrativo y Recursos Humanos</b> .....	- 13 -
<b>1.11.3 Departamento de Ventas</b> .....	- 14 -
<b>2. Objetivos del Diagnóstico</b> .....	- 16 -
<b>2.1 Objetivo General</b> .....	- 16 -
<b>2.2 Objetivos Específicos</b> .....	- 16 -
<b>3. Metodología</b> .....	- 16 -
<b>3.1 Descripción del Método</b> .....	- 16 -
<b>3.2.1 Observación:</b> .....	- 17 -
<b>3.2.2 Entrevista:</b> .....	- 18 -
<b>3.2.3 Encuesta:</b> .....	- 18 -
<b>4. Cronograma del Diagnóstico</b> .....	- 20 -
<b>5.1 Observación:</b> .....	- 21 -
<b>5.2 Fichas de Entrevistas</b> .....	- 22 -
<b>5.2.1 Tabla Comparativa de las Entrevista</b> .....	- 25 -
<b>5.2.2 Resultado de la Entrevista</b> .....	- 26 -
<b>5.3 Guía de las Encuestas</b> .....	- 27 -
<b>5.3.1 Gráficas</b> .....	- 29 -

<b>6. Radiografía de la Institución.....</b>	<b>- 36 -</b>
FODA.....	- 36 -
<b>CAPITULO II .....</b>	<b>- 38 -</b>
<b>2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....</b>	<b>- 38 -</b>
<b>2.1 Antecedentes Comunicacionales .....</b>	<b>- 38 -</b>
<b>2.2 Objetivos de Comunicación .....</b>	<b>- 39 -</b>
<b>2.2.1 Objetivo General.....</b>	<b>- 39 -</b>
<b>2.3 Público Objetivo .....</b>	<b>- 39 -</b>
<b>2.4 Mensaje.....</b>	<b>- 39 -</b>
<b>3. Estrategia .....</b>	<b>- 40 -</b>
<b>3.1 Acciones de Comunicación .....</b>	<b>- 41 -</b>
Acción 2 .....	- 42 -
Acción 3 .....	- 43 -
Acción 4 .....	- 44 -
Acción 5 .....	- 45 -
Acción 6 .....	- 48 -
Acción 7 .....	- 49 -
<b>CAPITULO III .....</b>	<b>- 50 -</b>
<b>Proyecto Desarrollado.....</b>	<b>- 50 -</b>
<b>1.1 FINANCIAMIENTO .....</b>	<b>- 50 -</b>
<b>1.2 PRESUPUESTO .....</b>	<b>- 50 -</b>
<b>1.3 BENEFICIOS .....</b>	<b>- 51 -</b>
<b>1.4 RECURSOS HUMANOS .....</b>	<b>- 52 -</b>
<b>ÁREA GEOGRÁFICA DE EJECUCIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN:.....</b>	<b>- 53 -</b>
<b>2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS .....</b>	<b>- 53 -</b>
<b>2.1 Fortalecimiento de la imagen institucional .....</b>	<b>- 53 -</b>
<b>2.2 Elaboración de Manual de Procedimientos y Comunicación Interna .....</b>	<b>- 54 -</b>
<b>2.3 Elaboración de Guía de Valores Éticos y Políticas Internas.....</b>	<b>- 55 -</b>
<b>2.4 Elaboración de Catálogo de Productos de Safety Depot.....</b>	<b>- 56 -</b>
<b>2.5 Fortalecimiento de las Relaciones Interpersonales y Laborales .....</b>	<b>- 57 -</b>
<b>2.6 Mejorar el uso del correo electrónico y WhatsApp.....</b>	<b>- 60 -</b>
<b>2.7 Elaboración de material de comunicación para el Área de Ventas.....</b>	<b>- 61 -</b>
<b>3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....</b>	<b>- 62 -</b>

<b>4. CONTROL Y SEGUIMIENTO</b> .....	- 63 -
<b>5. ANEXOS</b> .....	- 64 -
5.1 CHECK LIST DE ACCIONES .....	- 64 -
Cartas de recepción de material para la empresa.....	- 67 -
Ficha de Registro de Prácticas .....	- 68 -
<b>Conclusión</b> .....	- 69 -
<b>Recomendaciones</b> .....	- 70 -
<b>Bibliografía</b> .....	- 71 -
GLOSARIO .....	- 72 -
Anexos Generales.....	- 74 -
Fotografías del Diagnóstico .....	- 76 -
.....	- 76 -
Anexos Planificación.....	- 77 -
Anexos Ejecución.....	- 79 -

## **Introducción**

El presente informe de EPS de licenciatura de Ciencias de la Comunicación fue realizado en la empresa Safety Depot S.A.; la misma está dedicada a al asesoramiento, venta y distribución de productos para la industria conocidos como EPP (equipos de protección personal y asistencia ocupacional).

La empresa cuenta con más de 5 años de experiencia en el mercado, estando en proceso de crecimiento. Durante el diagnóstico realizado en la etapa inicial, pudimos observar la necesidad de mejorar la comunicación interna de la empresa; lo cual permitirá que el proceso de expansión a nivel nacional tenga mejores resultados. Determinamos que era necesario mejorar las relaciones jerárquicas en la empresa, de igual manera establecer regulaciones en las formas de comunicación y crear material que regule las decisiones a tomar en el departamento de ventas. Definir los medios de comunicación y establecer actividades que mejoren la comunicación de los empleados de la empresa.

Lo cual nos permitió establecer un plan estratégico, basado en la información obtenida. Dicha planificación se enfocó en mejorar la imagen institucional, para que los empleados puedan identificarse con la empresa y velar por el crecimiento de la misma. Además de material comunicacional interno y externo que beneficia al departamento de ventas para dar a conocer la imagen de la empresa y les sirve de promoción con los clientes.

El proceso de ejecución del plan, mejoró la relación de los empleados pues existe un filtro directo de la información que manejan. El plan fue implementado y utilizado actualmente en la empresa.

La comunicación interna es vital para cualquier empresa, ya que permite establecer lineamientos de comportamiento, imagen e información que identifican y refieren directamente a la empresa. Permitiendo tener un control de las necesidades de los colaboradores para realizar de mejor manera sus actividades y brindando estabilidad y mejoras a la comunicación en general.

## CAPITULO I

### 1. Diagnóstico

**“Diagnóstico de comunicación para desarrollar fortalecimiento en la comunicación interna y externa de la empresa Safety Depot”**

#### 1.1 La Institución

Empresa de venta y asesoramiento de equipo de seguridad industrial y protección personal, Safety Depot S. A.

#### 1.2 Ubicación Geográfica

Las oficinas y bodega de Safety Depot, se encuentran ubicadas en la Calzada Aguilar Batres 43-35 zona 12 de la Plaza Monte María, Locales No. 4 y 5. En el área de Villa Nueva.

#### 1.3 Integración y Alianzas Estratégicas

Es una sociedad anónima; conformada por 4 socios con un capital dividido con un 20 % para tres personas y un representante legal con 40% de las acciones en total.

#### 1.4 Antecedentes Históricos

En el año 2003 se dio inicio con la reventa de productos de equipo para protección personal; ya que el representante legal trabajaba para una empresa de señalización vial y viendo el nicho de mercado que surgía en los distintos contratos que lograba cerrar; decidió revender ciertos productos a los clientes de la empresa. Con el paso del tiempo y con la confianza de la movilización de los productos creó una empresa que se dedicara de forma indirecta a vender también equipo de seguridad industrial y protección personal; además de las pinturas para señalización vial.

En 2006 a través de la empresa Di Color se empezó con la importación de productos de seguridad vial como conos, chalecos, bastones y lámparas de destello y se vendían los productos por medio de distribuidores, en ese momento solo se tenían 6 clientes quienes permanentes que servían como distribuidores de dichos productos.

En el 2013 se toma la decisión de ingresar por completo en la rama de Seguridad Industrial y Ocupacional a través de la importación, distribución y venta de equipo de protección personal (EPP) así como asistencia vial, entre otros. Entre dichos productos podemos mencionar los de protección craneal, auditiva, visual, corporal, alturas y señalización. La empresa logra introducirse exitosamente en el mercado; desde entonces con un constante crecimiento en sus principales clientes y nuevos clientes potenciales en la industria.

En el 2015 se cambia la razón social de Di Color a SAFETY DEPOT S.A con el objetivo de establecer una empresa formal y dedicada específicamente a la industria; con un nombre fácil de identificar para nuestro grupo objetivo. Así mismo una sociedad anónima que respalda el capital, brinda mayor fluidez económica y da mayor credibilidad a los clientes corporativos.

Durante los últimos 2 años, se mantienen constantes visitas en frío para empresas del área de Escuintla con el fin de expandir nuestros servicios a todo el territorio nacional.

## **1.5 Antecedentes sobre Seguridad Industrial**

“En Guatemala, una revisión de los medios de comunicación masiva referente a accidentes en la Ciudad de Guatemala mostró que la mayoría de los accidentes fatales ocupacionales no llegan a los registros oficiales, especialmente los que les ocurren en los trabajadores del sector de la economía informal. En el 2007, en atención hospitalaria se brindaron cerca de 1,300 servicios por parte de los bomberos municipales a causa de accidentes laborales; en este mismo período, 294 personas fueron atendidas por quemaduras. Así mismo, existen riesgos también para los hospitales y para el personal que auxilia en los accidentes laborales, como ejemplo para los trabajadores y el hospital

de Antigua Guatemala Hospital Nacional Pedro de Betancourt, donde una proporción alta reportó síntomas como cansancio (93%), preocupación (93%), dolores de espalda (69%) y problemas para dormir (65%). Los riesgos laborales identificados más frecuentemente fueron la exposición a sangre y orina, a detergentes, desinfectantes y a fármacos. También las enfermedades ocupacionales constituyen sin duda un problema relevante de salud pública, cada día más frecuente, el cual no ha sido considerado prioritario en nuestra sociedad, en nuestro país, así como en el resto de Centro América, se desconoce la magnitud e impacto que poseen las enfermedades ocupacionales y en general se carece de datos actualizados en materia de salud ocupacional.”

(Intecap, 2010)

Debe también capacitar a los empleados que tienen que hacer uso del equipo de protección personal para que sepan cómo hacer lo siguiente:

- Usar adecuadamente el equipo de protección personal.
- Saber cuándo es necesario el equipo de protección personal.
- Conocer qué tipo del equipo de protección personal es necesario.
- Conocer las limitaciones del equipo de protección personal para proteger de lesiones a los empleados.
- Ponerse, ajustarse, usar y quitarse el equipo de protección personal.
- Mantener el equipo de protección personal en buen estado.

Protección de Lesiones Cerebrales Los cascos pueden proteger a sus empleados de impactos al cráneo, de heridas profundas y de choques eléctricos como los que causan los objetos que se caen o flotan en el aire, los objetos fijos o el contacto con conductores de electricidad.

Asimismo, el reglamento de OSHA requiere que los empleadores se cercioren de que los trabajadores cubren y protegen el cabello largo con el fin de evitar que se agarre en piezas de maquinaria como las correas y las cadenas. Protección de Lesiones en los Pies y los Piernas Además del equipo de protección de pies y del zapato de seguridad, las polainas (de cuero, de rayón aluminizado u otro material adecuado, por ejemplo) pueden ayudar a evitar lesiones y proteger a los trabajadores de objetos que se caen o que ruedan, de objetos afilados, de superficies mojadas o resbalosas, de metales fundidos, de superficies calientes y de peligros eléctricos.

Protección de Lesiones a los Ojos y a la Cara Además de las gafas de seguridad y las gafas protectoras de goma, el equipo de protección personal tales como los cascos o protectores especiales, las gafas con Departamento de Trabajo de los EE.UU. Administración de Seguridad y Salud Ocupacional 2002 protectores laterales y las caretas pueden Responsabilidades del Empleador Las normas principales del equipo de protección personal de OSHA se encuentran en *Title 29 of the Code of Federal Regulations (CFR)* (Título 29 del Código de Reglamentos Federales), Parte 1910, subpárrafo 1, y en reglamentos equivalentes en los estados que cuentan con planes estatales aprobados por OSHA. No obstante, puede encontrar los requisitos dl equipo de protección personal en otros textos como en las Normas de la Industria General. Por ejemplo, 29 CFR 1910.156, la Norma de Brigadas de bomberos, establece requisitos para el equipo de bomberos. Además, 29 CFR 1926.95 cubre la industria de la construcción.

Los requisitos generales del equipo de protección personal de OSHA exigen que los empleadores lleven a cabo una evaluación de los riesgos en sus lugares de trabajo para identificar los riesgos que existen y que requieren el uso del equipo de protección personal, para que brinden el equipo de protección personal adecuado a los trabajadores y que exijan que estos mismos hagan uso del equipo además de mantenerlo en condiciones sanitarias y fiables.

El uso del equipo de protección personal suele ser esencial, pero es generalmente la última alternativa luego de los controles de ingeniería, de las prácticas laborales y de los controles administrativos. Los controles de ingeniería implican la modificación física de una máquina o del ambiente de trabajo. Los controles administrativos implican modificar cómo y cuándo los trabajadores realizan sus tareas, tales como los horarios de trabajo y la rotación de trabajadores con el fin de reducir la exposición.

Las prácticas laborales implican la capacitación de los trabajadores en la forma de realizar tareas que reducen los peligros de exposición en el lugar de trabajo. Como empleador, usted debe evaluar su lugar de trabajo con el fin de determinar si existen

riesgos que requieran el uso del equipo de protección personal. Si existen estos riesgos, usted debe seleccionar el equipo de protección personal y exigir que lo utilicen sus trabajadores, comunicar sus selecciones del equipo de protección personal a sus trabajadores y seleccionar el equipo de protección personal que se ajuste a la talla de sus trabajadores.

Equipo de Protección Personal EPP, está diseñado para proteger a los empleados en el lugar de trabajo de lesiones o enfermedades serias que puedan resultar del contacto con peligros químicos, radiológicos, físicos, eléctricos, mecánicos u otros. Además de caretas, gafas de seguridad, cascos y zapatos de seguridad, el equipo de protección personal incluye una variedad de dispositivos y ropa tales como gafas protectoras, overoles, guantes, chalecos, tapones para oídos y equipo respiratorio.

*Hoja de Datos:* Esta es una hoja de una serie de hojas informativas de datos enfocada en los programas, políticas o normas de OSHA. No impone ningún nuevo requisito de cumplimiento. Para una lista abarcadora de requisitos de cumplimiento de las normas o reglamentos de OSHA, refiérase al Título 29 del Código de Reglamentos Federales.

Esta información estará a disponibilidad de las personas sensorialmente incapacitadas, a solicitud. El teléfono de voz es (202) 693-1999; el número del teléfono de texto (TTY) es (877) 889-5627. DOC 7/2010 ayudar a proteger a los trabajadores de ser impactados por fragmentos, las astillas de gran tamaño, las chispas calientes, la radiación óptica, las salpicaduras de metales fundidos, así como los objetos, las partículas, la arena, la suciedad, los vapores, el polvo y los resplandores.

Protección de Pérdida Auditiva Utilizar tapones para oídos u orejeras puede ayudar a proteger los oídos. La exposición a altos niveles de ruido puede causar pérdidas o discapacidades auditivas irreversibles, así como estrés físico o psicológico. Los tapones para oídos de material alveolar, de algodón encerado o de lana de fibra de vidrio son fáciles de ajustar correctamente. Tapones de oídos moldeados o preformados deben

ser adecuados a los trabajadores que van a utilizarlos por un profesional. Limpie los tapones con regularidad y reemplace los que no pueda limpiar.

**Protección de Lesiones de los Manos** Los trabajadores expuestos a sustancias nocivas mediante absorción por la piel, a laceraciones o cortes profundos, abrasiones serias, quemaduras químicas, quemaduras térmicas y extremos de temperatura nocivos deben proteger sus manos.

Protección de lesiones a todo el cuerpo, en ciertos casos los trabajadores deben proteger la mayor parte de, o todo, su cuerpo contra los peligros en el lugar de trabajo, como en el caso de exposición al calor y a la radiación, así como contra metales calientes, líquidos hirvientes, líquidos orgánicos, materiales o desechos peligrosos, entre otros peligros. Además de los materiales de algodón y de lana que retardan el fuego, materiales utilizados en el equipo de protección personal de cuerpo entero incluyen el hule, el cuero, los sintéticos y el plástico.

¿Cuándo Usar la Protección Respiratoria?; Cuando los controles de ingeniería no son factibles, los trabajadores deben utilizar equipo respiratorio para protegerse contra los efectos nocivos a la salud causados al respirar aire contaminado por polvos, brumas, vapores, gases, humos, salpicaduras o emanaciones perjudiciales. Generalmente, el equipo respiratorio tapa la nariz y la boca, o la cara o cabeza entera y ayuda a evitar lesiones o enfermedades. No obstante, un ajuste adecuado es esencial para que sea eficaz el equipo respiratorio. Todo empleado al que se le requiera hacer uso de equipos respiratorios debe primero someterse a un examen médico. “Osha 7/2010”  
[www.osha.gov](http://www.osha.gov)

## **1.6 Misión**

Somos una empresa guatemalteca, dedicados al asesoramiento de la Seguridad Industrial, para la correcta implementación de Equipo de Protección Personal.

Brindando a cada uno de nuestros clientes un servicio personalizado y enfocado para cada área de trabajo.

Fortaleciendo la seguridad industrial y el uso del equipo de protección personal dentro de la industria a nivel nacional.

## **1.7 Visión**

Ser una empresa proveedora de Protección Personal e Industrial en Guatemala, brindando productos de calidad garantizados.

Brindar el mejor asesoramiento y productos de calidad con precios justos a cada uno de nuestros clientes; para mejorar las condiciones de trabajo para cada persona.

Crecer en el ámbito industrial y empresarial a nivel nacional, con equipo que cumpla las normas nacionales e internacionales, para la Seguridad Industrial.

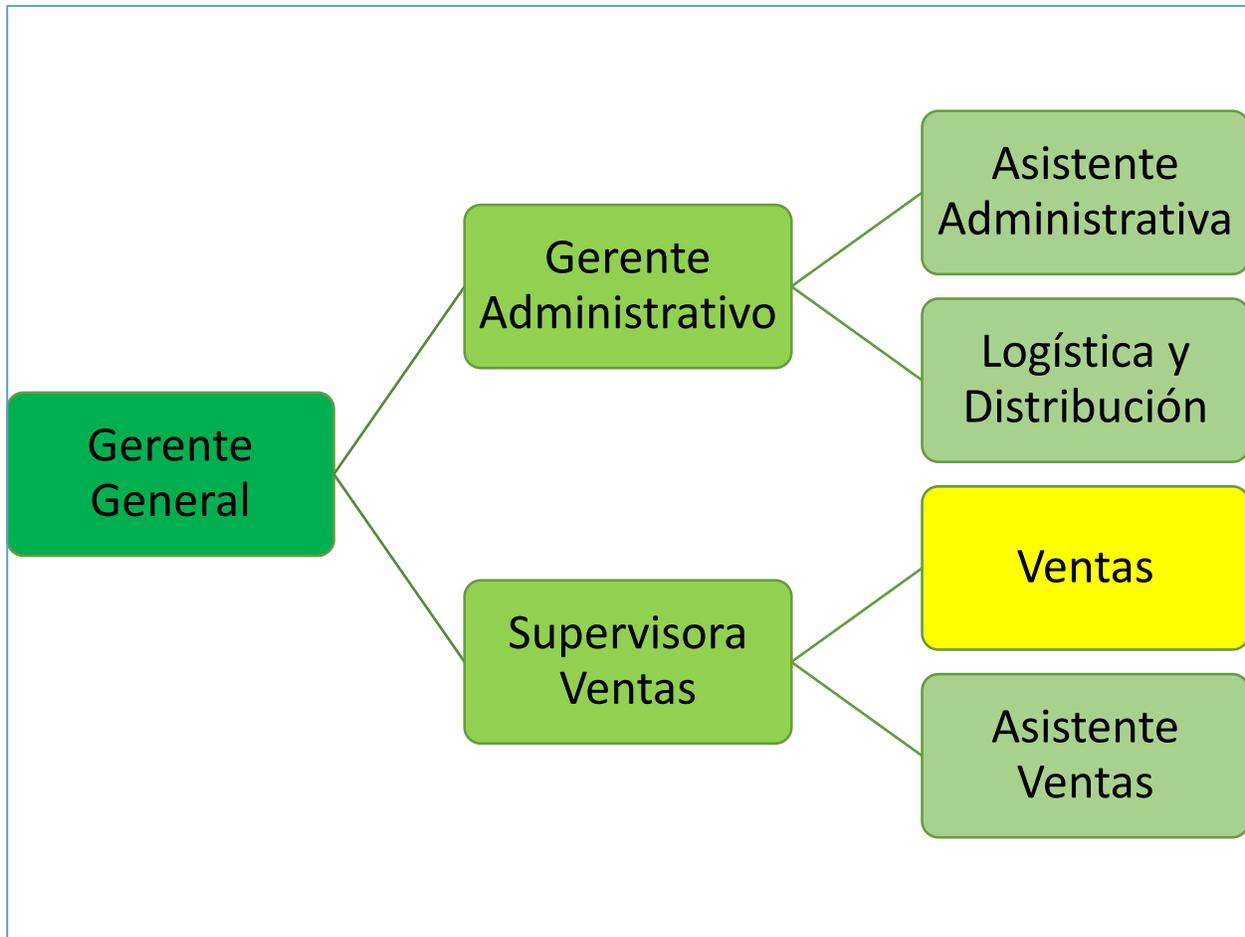
## **1.8 Objetivos Institucionales**

- Ser la principal empresa importadora y distribuidora de productos de seguridad industrial.
- Posicionar nuestras marcas importadas; para convertirnos en los únicos distribuidores de las mismas en el país.
- Mejorar constantemente nuestro servicio, para ser reconocidos por el mismo en el mercado.
- Distribuir marcas que cumplan con las normas nacionales e internacionales, para brindarle a nuestros clientes productos garantizados.

## 1.9 Público Objetivo

Estamos dirigidos a la industria en general; como las constructoras, manufactureras, detallistas, minoristas, distribuidores de mayoreo y consumidores finales.

## 1.10 Organigrama Empresarial



Creado por: Adriana Rodríguez.

## 1.11 Departamentos en la Empresa

### 1.11.1 Gerencia General

#### Responsabilidades

- Encargado de compras internacionales.
- Responsable directo de pagos impuestos internacionales.
- Revisión y control de reportes de ventas, inventarios y pagos.
- Control general de cuentas y autorizaciones para pagos locales proveedores.

### 1.11.2 Departamento Administrativo y Recursos Humanos

#### *Gerente Administrativo*

#### Responsabilidades:

- Responsable pagos de planillas, igss, etc.
- Encargado de capacitación de vendedores y de proporcionar las herramientas necesarias para un buen desempeño del vendedor. (Ventas, visitas, cobros).
- Realización de reportes gerenciales (Ventas, inventarios, cuentas por cobrar, cuentas por pagar)
- Control de inventarios de productos de la empresa.
- Responsable de dar seguimiento al área de ventas y apoyo logístico (Medición del desempeño del departamento de ventas.)
- Garante de llevar controles bancarios.

#### *Asistente Administrativa*

#### Responsabilidades:

- Encargada de facturación y despacho de productos.
- Delegada para realizar compras locales.
- Control de contraseñas de pago.
- Manejo de las cuentas por pagar (proveedores locales).
- Responsable de pagos de servicios básicos (Agua, luz, teléfono, internet, alquileres, etc.)

- Responsable de caja chica y reportes de gastos de la misma.
- Seguimiento al área de logística y reparto.

#### *Logística y Distribución:*

##### Responsabilidades:

- Preparar los pedidos en bodega.
- Despachar los productos a clientes de la empresa.
- Orden y control de la ruta diaria.
- Velar por el cuidado del vehículo de la empresa (Limpieza, seguridad, revisiones periódicas y buen manejo del vehículo)
- Entrega de facturas a clientes.
- Cobros a clientes y responsable de los recibos de caja que se le proporcionen.
- Proveer ayuda en mantener la bodega organizada y limpia.
- Liquidación de cuentas y facturas de diésel y otros gastos.

### **1.11.3 Departamento de Ventas**

#### *Supervisora Ventas*

##### Responsabilidades:

- Control de metas y cobros mensuales para asesores.
- Supervisar seguimiento a clientes activos y no activos.
- Seguimiento a nueva cartera de clientes por asesores.
- Capacitación e implementación de nuevas técnicas de ventas.
- Reportes semanales de ventas en general.
- Medir el cumplimiento de metas semanales y mensuales con gerencia.
- Encargada de solicitud de productos nuevos y/o control de productos de mayor rotación.
- Supervisión en la atención a clientes (control de visitas por asesor).

### *Asesores de Ventas*

#### Responsabilidades:

- Realizar visitas a cartera de clientes al menos una vez a la semana.
- Concretar ventas.
- Dar seguimiento a las órdenes de compra.
- Ser el primer contacto del cliente, disponibilidad de atención a los mismos.
- Conocer los productos disponibles; y las normas que cada uno cumple.
- Hacer crecer su cartera de clientes.
- Seguimiento a clientes inactivos.
- Dar seguimiento y entrega de reportes para productos puestos a prueba.
- Seguimiento al cliente por documentación para creación de código de facturación.
- Entregar reportes diarios de visitas, así como programación para visitas al interior del país.
- Entregar reporte de viáticos y hospedajes para su liquidación.
- Capacitación a clientes de los productos que maneja la empresa

### *Asistente de Ventas*

#### Responsabilidades:

- Coordinación y seguimiento a citas a vendedores.
- Realización y envío de cotizaciones a clientes.
- Seguimiento a cobros para la cartera de vendedores.
- Prospección de clientes.
- Realizar controles administrativos del área de ventas.
- Apoyar administrativamente en control y orden de facturas, recibos de caja y papelería en general.
- Solicitud de documentación a clientes para creación de código para facturación.
- Llenar formularios o documentos para clientes.
- Servicio al cliente por teléfono y atención a clientes que visiten la empresa.

## **2. Objetivos del Diagnóstico**

### **2.1 Objetivo General**

- Elaborar un diagnóstico de comunicación organizacional interna en la empresa Safety Depot S.A.; con el fin de detectar oportunidades y plantear soluciones a través de un programada de acción aplicado a la institución.

### **2.2 Objetivos Específicos**

- Determinar el contexto organizacional de la empresa Safety Depot S. A.
- Identificar y evaluar los canales de comunicación de la empresa Safety Depot S.A.
- Analizar el clima laboral y comunicacional de la institución.
- Recabar información necesaria, para conocer los diferentes problemas de comunicación de la institución.
- Analizar el entorno a manera que nos permita evidenciar los factores externos a la institución que afecten la comunicación interna de la empresa.

## **3. Metodología**

### **3.1 Descripción del Método**

Para la realización de este diagnóstico se utilizó el método científico con la investigación descriptiva como principal instrumento de recolección de información. Un estudio descriptivo supone una apropiada familiarización con el objeto de estudio para poder saber qué y cómo se va a medir lo que nos interesa conocer. Según *(Del Cid, Méndez, Sandoval 2011:33)*.

Dichos resultados en los estudios descriptivos permiten cierto nivel de predicción: si se ha establecida que las pequeñas empresas tienen escaso acceso al crédito, se puede predecir con alta probabilidad que las nuevas empresas de este tipo van a tener la limitación.

“Claro que más importante que predecir es adelantarse a las situaciones, prevenir.” (Del Cid, et al. 2011:33)

Para ello, se utiliza la combinación de los enfoques cuantitativos y cualitativos, ya que ambos emplean procesos sistemáticos y empíricos.

El enfoque mixto es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cualitativos y cuantitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema. (Hernández, 2006: 755).

El enfoque cuantitativo hace uso de la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento. (Hernández, 2006: 5). 35

El enfoque cualitativo utiliza la recolección de datos sin medición numérica, para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación. La investigación cualitativa se fundamenta más en un proceso inductivo. (Hernández, 2006: 8).

### **3.2 Técnicas e Instrumentos de Recolección**

#### **3.2.1 Observación:**

Esta técnica consiste en acercarse al fenómeno estudiado y ver directamente lo que sucede. Algo imprescindible en esta técnica es que el observador debe pasar desapercibido, de lo contrario es altamente probable que los sujetos de estudio de la investigación modifiquen su comportamiento normal. (Del cid et al. 2011).

Esta técnica nos brinda la posibilidad de crearnos una percepción bastante completa de la realidad con que cuenta la empresa, ya que nos acerca a cada una de las situaciones diarias que se manejan dentro de la misma. Dándonos la libertad de observar a detalle cada acontecimiento en la empresa. Debido a un esquema conceptual previo y con base a propósitos a definir. La observación en este caso permite tener el conocimiento de la realidad del entorno laboral y comportamiento de cada empleado y clientes que

visitan la empresa; lo cual es esencial para el desarrollo del mismo como objeto a investigar. Ya que nos brinda un mayor conocimiento del contacto que se tiene desde el área de oficina con los asesores y clientes finales. Con la observación se logra obtener datos sobre comunicación, comportamientos y las relaciones interpersonales. Así como también se pudo observar el servicio que se presta por correo electrónico y vía telefónica a clientes potenciales. Por medio de esta se observó la forma de comunicación que se maneja con el grupo objetivo en general.

### **3.2.2 Entrevista:**

Es una de las técnicas más utilizadas al momento de obtener información ya que pueden ser cuantitativas y cualitativas. Es el proceso por el cual se interactúa directamente en el contexto de la investigación, lo que nos brinda diferentes realidades y percepciones del mismo. Según (Del cid et al. 2011); las entrevistas pueden ser según el número de personas a quien se dirige: individual o de grupo focal. Además, según su nivel de estructuración serían: Semiestructurada o estructurada.

Dicha técnica se realizó, para conocer de forma directa la opinión de algunos empleados de la institución para conocer más a fondo la situación del ambiente laboral en la misma. Brindando con ella, la oportunidad para que los entrevistados tuvieran la oportunidad de ampliar su percepción de la empresa dependiente del tiempo que llevan trabajando en Safety Depot.

### **3.2.3 Encuesta:**

Es una forma de recolectar información con una finalidad determinada; ya que son encuestas estructuradas, que según (Chávez Zepeda 2014:171) son preguntas cerradas lo que quiere decir que el encuestador lleva un instrumento en el cual el encuestado solo tiene que responder preguntas que previamente se han establecido y son las encuestas más recomendables en investigación cualitativa.

La técnica de la encuesta se elaboró con la finalidad de conocer la opinión de los empleados de Safety Depot S.A. con respecto a las variables de estudio: motivación, satisfacción y comunicación interna. La técnica de la encuesta se formuló con un cuestionario de 15 preguntas, desarrollando este instrumento por medio de la metodología de construcción de índices el cual ayudará a conocer la opinión de los empleados sobre las estrategias de comunicación interna que utiliza esta organización.

### **3.3 Variables de estudio**

En el trabajo se utilizan variables tales como motivación y satisfacción, además de la comunicación utilizada entre los empleados de dicha empresa.

#### **3.3.1 Universo de muestreo**

Safety Depot cuenta con 12 empleados fijos y 5 empleados Free Lance o comisionistas, incluyendo las áreas de administración, servicio al cliente y ventas.

La selección de la muestra fue en cada una de las áreas; para conocer resultado en los distintos grupos de trabajo de la empresa.

#### **3.3.2 Técnica de recolección documental**

“Se orienta en obtener información que otros han escrito sobre el tema estudiado, ya sea para enriquecer el marco teórico del trabajo o para conocer parte de la historia, así como los antecedentes y hechos que han ocurrido en torno al fenómeno de interés, las cuales forman parte del contexto que es indispensable. Por lo tanto, estas técnicas recurren a fuentes secundarias de información” (Del Cid, et al 2011:).

Para llevar a cabo la realización del presente diagnóstico, fue necesario utilizar documentos de archivo de la empresa, que se han documentado en actas durante las distintas sesiones con visión de crecimiento y sobre la tesis *“Modelo de Gestión Logística de una empresa comercializadora de equipo de Seguridad Industrial para incrementar la eficiencia comercial”*; (Contreras 2016). Entre estos documentos se encuentra: Catálogo de presentación y productos, documentación interna de sociedad y actas de sesiones.

#### 4. Cronograma del Diagnóstico

##### CRONOGRAMA DEL DIAGNOSTICO / EPS LICENCIATURA

No.	ACTIVIDAD	ENERO		FEBRERO					
		16	07	10	13	14	15	17	20
1	Reunión con el Gerente General para solicitar autorización para realizar EPS								
2	Entrega de formulario para solicitud de carta para EPS								
3	Recepción de carta para solicitud de EPS, en oficinas de ECC								
4	Entrega de carta de solicitud de EPS en oficinas de Safety Depot S.A.								
5	Entrevista a Asesora de ventas								
6	Entrevista a Asesora de ventas								
7	Entrevista con el Gerente Administrativo de la empresa								
8	Recopilación de información sobre la empresa								
9	Encuestas para personal de Safety Depot								

Gráfica creada por: Adriana Rodríguez.

## 5. Recopilación de Datos

### 5.1 Observación:

Durante una reunión semanal y verificando la información a analizar. Pudimos detectar que la relación laboral en la empresa Safety Depot, es bastante buena. Todos los empleados se apoyan continuamente e intentan hacer crecer las ventas de forma mensual. A pesar de ser una empresa en crecimiento, compite en el mercado con empresas de renombre lo cual no les ha impedido ganar grandes ventas con empresas como Avon o Tecun; que adquieren un número interesante de productos en la empresa Safety Depot.

El mayor inconveniente que observar, es el mal manejo de las redes sociales para comunicarse. Son medios informales que de alguna manera no garantizan que la información brindada por medio de ellos sea permanente o constante. La falta de un plan de trabajo organizacional afecta directamente a las ventas. Pues muchas veces el cliente se queja del tiempo de entrega y la demora para cotizar ciertos productos de importación (Equipo contra Incendios Normado).

El medio más utilizado y que mejor control tiene es el correo electrónico, a través de él se realiza la ruta. Dependiendo el orden de importancia de las órdenes de compra; pero muchas veces los empleados quieren utilizar la aplicación de whatsapp; para enviar OC y debido a que es un grupo de la empresa; ingresan constantemente muchos mensajes lo cual hace que no se lean en su totalidad.

No se cuentan con políticas laborales ni de ética, y algunas empresas solicitan esa información para la creación de códigos como proveedores. La logística en la compañía es de mala calidad; por lo cual muchas veces se quedan sin stock de ciertos productos de gran rotación. Se realizan reuniones semanales, con el fin de verificar que productos se están agotando y solicitar nuevas importaciones. Lo cual el gerente administrativo avaluó para tener un mejor control de mercadería.

El gerente general y administrativo; están en disponibilidad de apoyar cualquier planteamiento que fortalezca la situación empresarial y que se vea reflejado en las ventas.

## **5.2 Fichas de Entrevistas**

<b><u>Ficha de Entrevista</u></b>
Nombre del entrevistado: José Domingo Pérez
Puesto en la empresa: Asesor de Ventas; comisionista
1. 6 meses
2. Conocí la empresa porque trabajaba con la competencia y una amiga me recomendó para poder trabajar en Safety.
3. La relación es bastante fluida y en cuanto a la comunicación es buena en relación al trabajo.
4. En cuanto a inconvenientes si son resueltos en un 90% y si en el tiempo estimado que solicitan los clientes.
5. El principal medio de comunicación es el teléfono celular, con llamadas telefónicas y mensajes de texto. Además de los correos electrónicos.
6. El ambiente laboral lo calificaría en un 90 % bueno.
7. El medio para comunicarnos con los clientes son las llamadas telefónicas, mensajes, correos electrónicos y visitas personales.
8. El medio más eficiente con los clientes son las llamadas telefónicas y las visitas personalizadas a cada cierto tiempo.
9. La comunicación es un factor muy importante para lograr cerrar y mejorar las ventas porque todos somos un buen equipo de trabajo.
10. La rapidez de información, contar con precios fijos en productos de información y poder tener un margen de negociación para el cierre de las ventas.

## **Ficha de Entrevista**

Nombre del entrevistado: María del Carmen Contreras

Puesto en la empresa: Supervisora del departamento de ventas

1. 2 años y 2 meses para ser exacta.

2. Fíjate nena, que estaba buscando trabajo y encontré un anuncio en prensa libre.

3. Buena

4. Si, son resueltas. Pero muchas veces lleva más tiempo del que deberíamos para mejorar el servicio a nuestros clientes.

5. Usamos correo y whatsapp; pero por lo regular siempre es más rápido en el celular.

6. Bueno

7. Todo es verbal, visitas, correos, llamadas y por whatsapp.

8. Pues estamos intentando, pero en realidad aún falta mejorar y agilizar nuestro servicio. Algunas veces hemos perdido ventas considerables, por la falta de eficiencia en ciertas dudas del cliente. Al final nosotros solo somos intermediarios entre la empresa y el cliente. Y sobre ciertas cosas no podemos tomar decisiones inmediatas.

9. Si

10. Mejorar la fluidez en la comunicación para coordinar mejor tanto las entregas como pedidos. Que todo tenga un mejor control en tiempos e información correcta.

## **Ficha de Entrevista**

Nombre del entrevistado: Silvia J. Hernández Trujillo

Puesto en la empresa: Asesora de Ventas:

1. Creo que un poco más de 3 años

2. Por un conocido de la empresa donde trabajaba anteriormente, que también se dedica a la venta de epp y es competencia directa en nuestras ventas.

3. Buena, como en cualquier trabajo siempre hay algunas subidas de tono y cosas que nos hacen enojar, pero yo lo tomo como cuestiones laborales y momentáneas.

4. No siempre, ciertas cosas son muy lentas.

5. Teléfono y correo electrónico.

6. Bueno, somos pocos empleados y eso ayuda a tener una relación más estrecha entre todos.

7. Correo, teléfono y personalizado.

8. Si, les atendemos mucho más rápido que la competencia y siempre buscamos mejorar el servicio. Eso es cuestión personal para mantener la relación con el cliente.

9. No siempre, muchas veces por más que le digas al supervisor que necesitas un precio o cierto producto. Por lo menos darle fecha aproximada de entrega al cliente, nos hacen esperar y el proceso se vuelve largo. Incluso algunas veces hasta se quedan pendientes, hasta que el cliente insiste de nuevo.

10. Que se resolvieran las dudas más rápido y que las entregas fueran más eficientes. Sin tanto problema de hacer mal los despachos o tener que decirle al cliente que ya no hay productos.

### 5.2.1 Tabla Comparativa de las Entrevista

No.	Encuentros	Disensos
1	Las empleadas fijas tienen más de 2 años de laborar en la empresa.	El comisionista tiene menos del año laborando para Safety Depot.
2	Dos empleados conocieron la empresa porque trabajaban en el mercado industrial.	Una empleada encontró un anuncio en Prensa Libre con información de la plaza.
3	Los tres entrevistados coinciden que la relación y comunicación con el jefe es buena.	
4	Dos de las empleadas indican que si se resuelven las dudas e inconvenientes pero el proceso es lento.	Uno de los entrevistados está de acuerdo con el tiempo y la resolución de dudas e inconvenientes.
5	Todos los entrevistados coinciden en que los medios comunes para comunicarse son: llamadas telefónicas, uso de whatsapp y correos electrónicos.	
6	Todos están de acuerdo que el ambiente laboral es bueno.	
7	Los encuestado indican que la comunicación con los clientes también es por medio de llamadas telefónicas, uso de whatsapp y correos electrónicos además, de las visitas personalizadas	
8	Todos consideran eficiente la comunicación y servicio a sus clientes.	
9	Los entrevistados creen que la comunicación en el ambiente laboral ayuda a mejorar las ventas; además que vuelve más eficiente el servicio.	
10	Todos coinciden que se debe mejorar la rapidez de la información y canalizar la misma. Para tener acceso inmediato y fiable para los clientes. Además de mejorar la organización en la logística de entregas.	

### **5.2.2 Resultado de la Entrevista**

Analizando los encuentros y los disensos; podemos verificar que el ambiente laboral de la empresa Safety Depot es bastante bueno. La comunicación es bastante personalizada y que el inconveniente son los tiempos para la resolución de dudas. La mala organización de las rutas o problemas con el departamento de logística en despachos y entregas.

Los medios de comunicación internos son funcionales, pero no permiten medir la eficiencia de los mismos. Además de presentar fugas de información por ser medios informales.

## 5.3 Guía de las Encuestas

**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
**Escuela de Ciencias de la Comunicación**  
**EPS Licenciatura**  
**Guía de Encuesta del Diagnóstico**



### **Datos Generales**

Sexo:

Edad:

Tiempo laboral en la empresa:

### **Comunicación Interna**

Responda las siguientes interrogantes con una puntuación de 1 (Pésima) 2 (Mala) 3 (Regular) 4 (Buena) 5 (Excelente)

1. ¿Cómo califica la relación con su jefe?
2. ¿Recibe la información necesaria, para realizar correctamente su trabajo?
3. ¿Cómo califica la relación entre el personal de Safety Depot?
4. ¿Cómo califica las reuniones laborales?
5. ¿Considera que se le informa de los logros que ha tenido la empresa?

### **Índice Laboral**

Responda las siguientes interrogantes con una puntuación de 1 (Nunca) 2 (Pocas Ocasiones) 3 (Algunas veces) 4 (Casi siempre) 5 (Siempre)

6. ¿Está enterado si existen políticas de trabajo y si se cumplen las mismas?
7. ¿Considera que utiliza las herramientas adecuadas, para realizar de forma eficiente su trabajo?
8. ¿Está satisfecho con el cargo que actualmente desempeña?
9. ¿Considera que sus compañeros están satisfechos con la ayuda que les presto con mi trabajo?

10. ¿Cree que el esfuerzo que pone en su trabajo es acorde a las retribuciones que recibe?

11. ¿Se siente satisfecho con el tiempo que les dedica a sus actividades laborales?

### **Índice Motivacional**

Responda las siguientes interrogantes con una puntuación de 1 (Nunca) 2 (Pocas Ocasiones) 3 (Algunas veces) 4 (Casi siempre) 5 (Siempre)

12. ¿Se siente motivado y satisfecho para realizar adecuadamente su trabajo?

13. ¿La relación con sus demás compañeros le motivan a un mejor desempeño laboral?

14. ¿Recibe un trato justo en su trabajo?

15. ¿Celebran eventos con fines de reconocimiento a los trabajadores por trabajos destacados?

### 5.3.1 Gráficas

Grafica 1



Elaborado por: Adriana Rodríguez

*Interpretación:* Como podemos evidenciar en la gráfica la relación entre los empleados de Safety Depot y su supervisor, es buena; nos manifiestan que existe un ambiente laboral agradable que permite la buena convivencia entre el equipo de trabajo.

Grafica 2



Elaborado por: Adriana Rodríguez

*Interpretación:* En las variables presentadas en la gráfica 2, podemos observar que la mitad del personal considera que la información a la que tienen acceso es suficiente para cumplir con su plan laboral y además los ayuda en el área de ventas, el otro 50% considera de forma excelente la información que reciben.

Grafica 3



Elaborado por: Adriana Rodríguez

*Interpretación:* Al ser un equipo pequeño de trabajo, se han establecido lazos de amistad con todos los miembros de trabajo fijos en la empresa. Muchas veces se nota el apoyo para realizar cobros o entregas para ayudar a cualquier vendedor.

Grafica 4



Elaborado por: Adriana Rodríguez

*Interpretación:* Los empleados concuerdan que la sesión semanal que realizan los días lunes es de utilidad para la mejor comunicación en la empresa. Ya que tienen acceso a los nuevos precios y realizar consultas directamente con el gerente administrativo.

Grafica 5



Elaborado por: Adriana Rodríguez

*Interpretación:* En general el grupo de trabajo está de acuerdo en que se les comunica sobre los logros alcanzados en la empresa. Aunque existen comentarios que la información debería trasladarse a la brevedad posible.

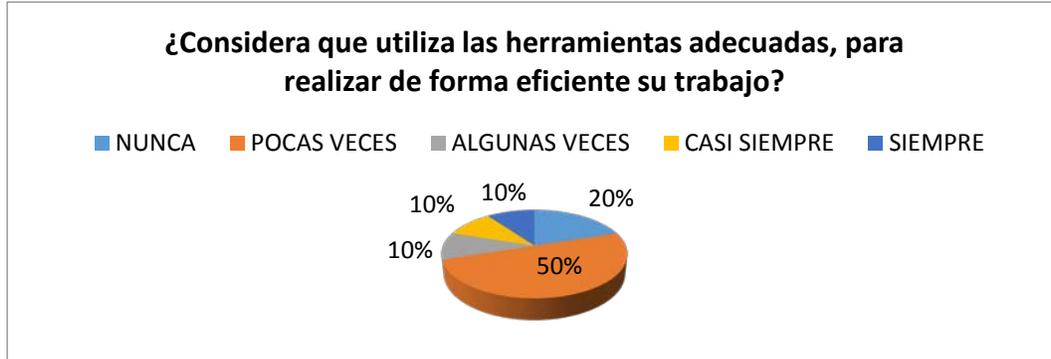
Grafica 6



Elaborado por: Adriana Rodríguez

*Interpretación:* El personal coincide con que no existen políticas de trabajo escritas, pero que si verbales. Por lo mismo muchas veces no se cumplen.

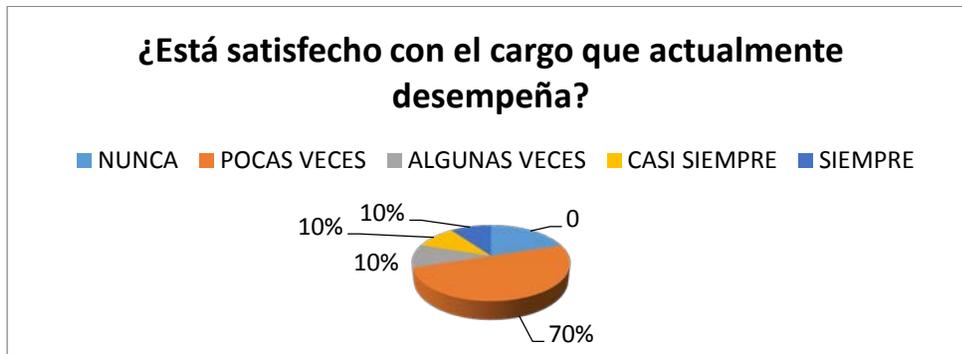
Grafica 7



Elaborado por: Adriana Rodríguez

*Interpretación:* El 50 % del personal indican que no cuentan con las herramientas adecuadas de comunicación; para hacer más eficiente el servicio y cerrar mayor volumen de ventas. Todos consideran que la cuestión tiempo afecta directamente sus ventas. El proceso de acceso a la información.

Grafica 8



Elaborado por: Adriana Rodríguez

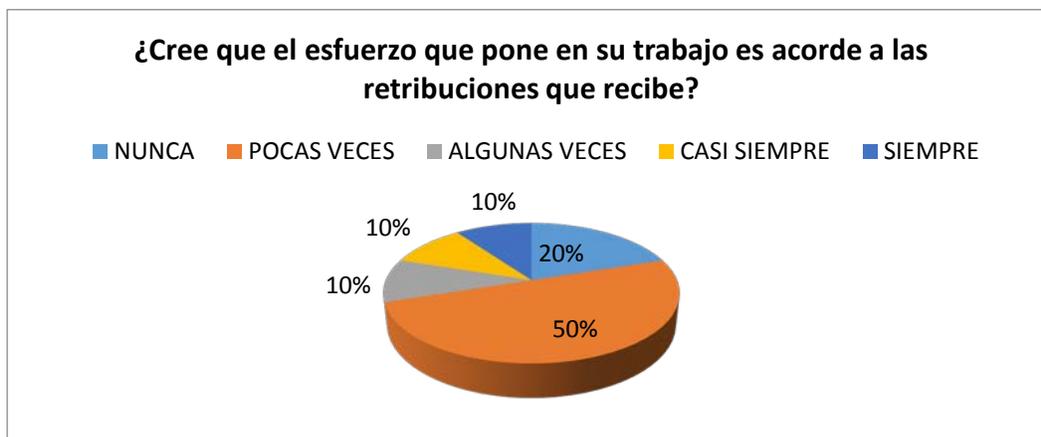
*Interpretación:* Los empleados de safety en general, estaban satisfechos con el cargo que poseían dentro de la empresa. Sabían que se les daba la oportunidad de crecimiento laboral; aunque tuvieran algunas quejas de los procesos que realizaban dentro de sus actividades, pues no había una guía que pudiera colaborar con ellos.



Elaborado por: Adriana Rodríguez

*Interpretación:* La mitad de la población laboral, indican que si creen que los demás están contentos con su trabajo ya que esa es la sensación que tienen. La relación laboral es bueno y muchos colaboran con trabajo que no les corresponde.

Grafica 10



Elaborado por: Adriana Rodríguez

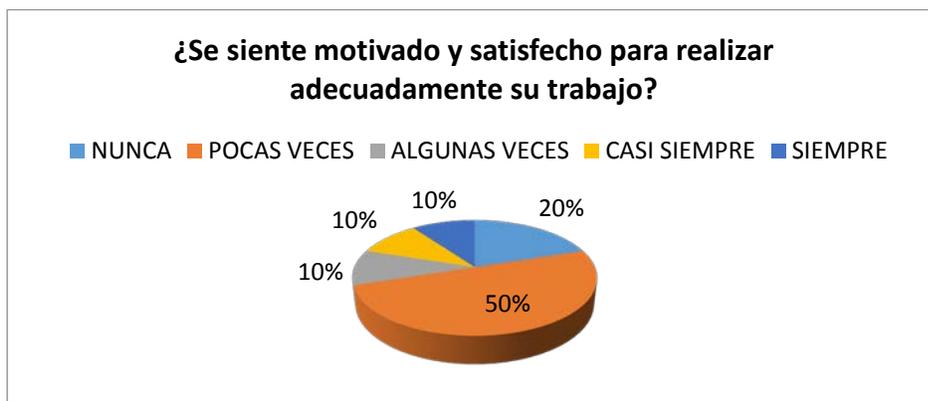
*Interpretación:* El 50% de la población cree que si es remunerado, aunque hay desigualdad en el restante, pues creen que realizan trabajo adicional al que les corresponde y muchas veces es repetitivo.

Grafica 11



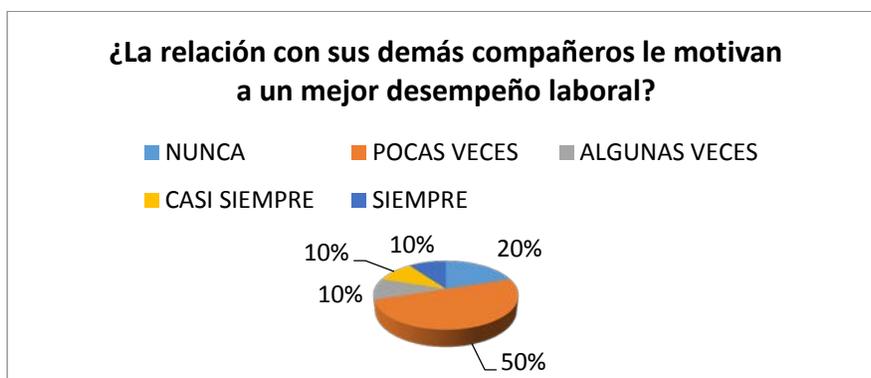
Elaborado por: Adriana Rodríguez

Grafica 12



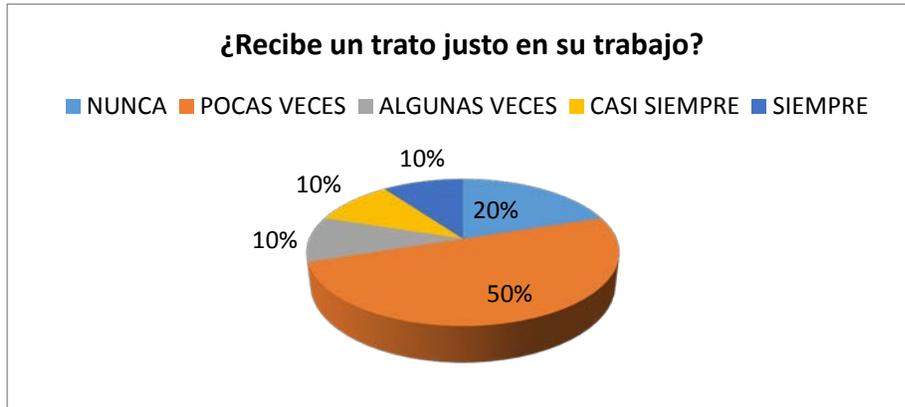
Elaborado por: Adriana Rodríguez

Grafica 13



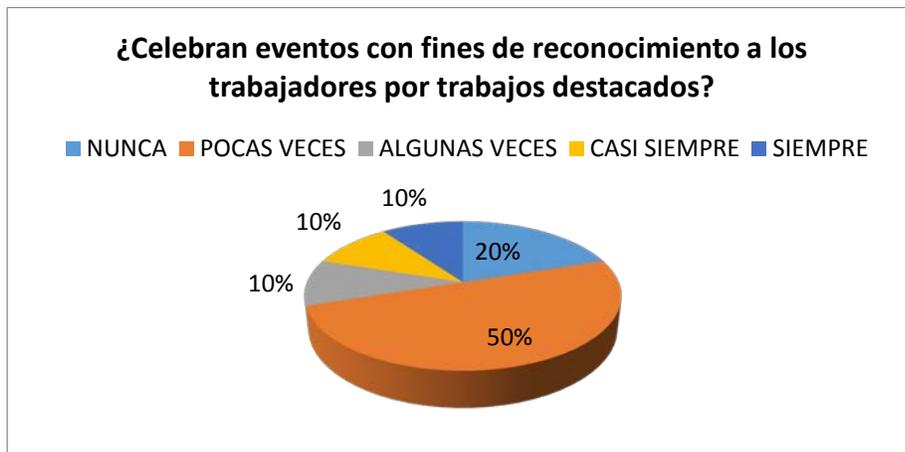
Elaborado por: Adriana Rodríguez

Grafica 14



Elaborado por: Adriana Rodríguez

Grafica 15



Elaborado por: Adriana Rodríguez

## 6. Radiografía de la Institución

### FODA

#### Fortalezas

- ❖ Promueven las buenas relaciones laborales entre todos los departamentos de la institución
- ❖ El uso del correo electrónico como medio principal de comunicación (noticias, precios, requerimientos).
- ❖ Se cuenta con el respaldo del gerente general, para crear un presupuesto de comunicación para la empresa.

#### Oportunidades

- ❖ Accesibilidad para creación de una página web y/o fan page que permita mayor fluidez de información con el personal y clientes de la empresa.
- ❖ Implementar un plan estratégico que mejore las relaciones laborales y comerciales de Safety Depot.
- ❖ Fortalecer los medios de comunicación internos de la empresa.

#### Debilidades

- ❖ No cuentan con un área de comunicación, que permita organizar y controlar la información oficial que se debe manejar en el entorno de la empresa.
- ❖ No existen políticas estrictas de comunicación interna, que permitan direccionar de forma correcta la información.
- ❖ Las vías de comunicación desde oficina presentan ruidos; ya que todo es por medios informales que no generan fiabilidad entre los mismos empleados.

## Amenazas

- ❖ Mala comunicación entre el departamento de ventas y logística.
- ❖ Falta de seguimiento a las ventas y coordinación de entregas.
- ❖ Los colaboradores no tienen una fuente de información estable y constante.
- ❖ Cambios en el manejo de la información que genera inconvenientes entre empleados y clientes; lo cual ocasiona inconformidad entre el personal porque después nadie se responsabiliza de los acontecimientos incorrectos.

## **CAPITULO II**

### **2. PLAN DE COMUNICACIÓN**

#### **2.1 Antecedentes Comunicacionales**

Safety Depot S.A., es una empresa de venta y distribución de productos de seguridad industrial y equipo de protección personal, fundada hace más de 5 años. La misma no cuenta con un departamento de comunicación, el cual sea responsable de manejar las relaciones interpersonales dentro de la institución entre empleados.

Por lo tanto, la institución no cuenta con un manual de normas de la identidad, ni la planificación estratégica de la imagen, la misma se encuentra establecida en el mercado por la experiencia de empresas hermanas que conocen el mercado industrial.

La entidad solo está identificada con logotipo y slogan; pero además de ello no se pudo localizar más procesos de comunicación establecidos en la misma. El medio de comunicación interno y externo son las redes sociales; principalmente la aplicación de WhatsApp, con está canal de comunicación la información es más rápida y eficaz, más no es utilizada a una magnitud considerable.

Dentro de los resultados arrojados durante el diagnóstico realizado descubrimos que los principales inconvenientes en el área interna se encuentran: la desorganización y falta de procesos de gestión para cada proceso de compra/venta en la institución, así como también la desinformación general entre los departamentos, además de no contar con un reglamento de relaciones laborales dentro de la institución.

Se han hecho anuncios en prensa, para dar a conocer plazas vacantes en el área de ventas. A principios de año se creó una fan page en Facebook para lograr mayor reconocimiento del nombre de la misma, lo cual sigue pendiente pues no se ha destinado a ningún departamento para que se le brinde el debido seguimiento a la página. El medio de comunicación más formal en la empresa es el correo electrónico, el cual es la base donde se fijan o autorizan precios, cambios e información importante para los departamentos de ventas y administrativo.

## **2.2 Objetivos de Comunicación**

### **2.2.1 Objetivo General**

- Establecer un plan de comunicación interno que desarrolle y fortalezca la comunicación efectiva en la empresa.

### **2.2.2 Objetivos Específicos**

- Fortalecer la imagen institucional interna.
- Reforzar los canales de comunicación internos en la empresa.
- Elaborar material comunicacional para el departamento de ventas.
- Mejorar las relaciones interpersonales y el ambiente laboral de la empresa.

### **2.3 Público Objetivo**

- El público objetivo del plan de comunicación: son de forma general los empleados de la empresa Safety Depot, de los departamentos de ventas y administrativo, incluyendo jefes y subjefes.

### **2.4 Mensaje**

Se utilizará un mensaje de forma emotiva, que genere unión y mayor fluidez de comunicación entre los empleados de Safety Depot, por lo que nuestro mensaje para este plan de comunicación será:

***“Comunicando, generamos más”***

El mismo intenta despertar en cada uno de los empleados el interés por mejorar la comunicación en general, pues les dará la oportunidad de tener mayores ventas y así mismo mejores ganancias tanto para la empresa como para el empleado específicamente al vendedor.

### 3. Estrategia

La estrategia de comunicación es una herramienta de planificación que sistematiza de manera global, integral y coherente con los objetivos, las tácticas, los mensajes, las acciones, los instrumentos, las herramientas y los plazos que la organización requiere para dar a conocer su imagen y concepto de forma interna y externa a la institución.

La empresa Safety Depot, no cuenta con un departamento de comunicación, por lo tanto, es el departamento administrativo es el responsable principal de publicar la información oficial a todos los colaboradores de la empresa y de filtrar la información que se envía de otras empresas.

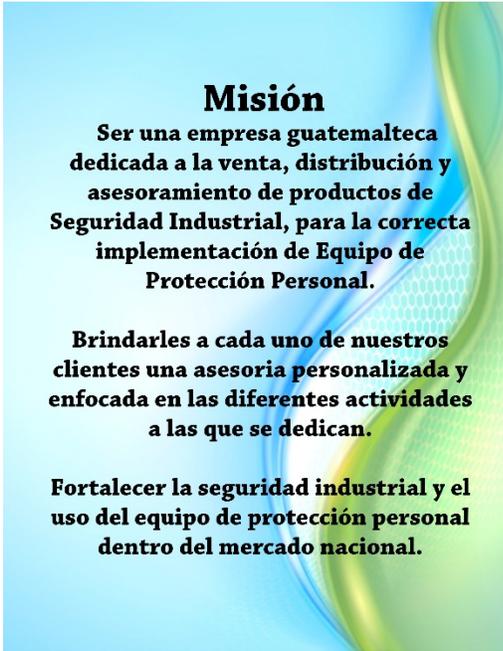
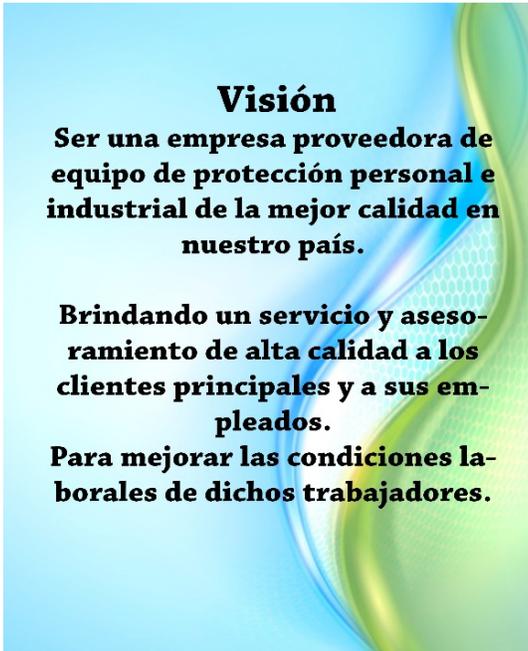
Los empleados de la institución serán los beneficiarios, pues se busca mejorar la comunicación de entre los mismos para así desempeñar una mejor labor que mantendrá a la empresa activa en el mercado.

La estrategia se ejecutará de manera ordenada y para ello se manejarán un calendario, el cual servirá de guía para establecer cada proceso en su debido tiempo para realizarlo de manera efectiva.

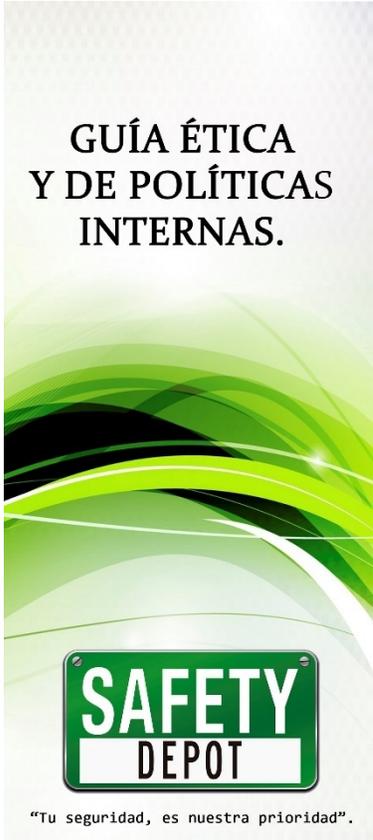
Por lo cual, el presente Plan de Comunicación tiene como objetivo principal promover una comunicación interna efectiva de la empresa, utilizando los siguientes procesos estratégicos:

- ❖ Fortalecimiento de imagen institucional
- ❖ Creación de Manual de Procedimientos y Comunicación Interna
- ❖ Creación de un Trifoliar de Valores Éticos y Políticas Internas.
- ❖ Diseño de un catálogo de productos de Safety Depot
- ❖ Fortalecimiento de las relaciones interpersonales.
- ❖ Elaboración de material comunicacional para el departamento de ventas.
- ❖ Mejorar el uso de correo electrónico y whatsapp

### 3.1 Acciones de Comunicación

Acción 1	
Fortalecimiento de imagen institucional	
La empresa carece de identificación institucional.	Se restablecerá la misión y visión de la empresa.
Producto	2 Mantas vinílicas full color de 70*50 cm. Instalados en la oficina de Safety Depot, S. A. 1 Misión 1 de Visión.
Objetivo Comunicacional	Reafirmar la identidad de la empresa.
Tipo de mensaje	Informativo
Grupo Objetivo	Empleados de la empresa Safety Depot S.A.
Medio de difusión	Colocación de dos mantas vinílicas en puntos estratégicos, además de establecerlo dentro de la información del trifoliar de ética.
Rotulo de Misión	Rotulo de Visión
 <p><b>Misión</b></p> <p><b>Ser una empresa guatemalteca dedicada a la venta, distribución y asesoramiento de productos de Seguridad Industrial, para la correcta implementación de Equipo de Protección Personal.</b></p> <p><b>Brindarles a cada uno de nuestros clientes una asesoría personalizada y enfocada en las diferentes actividades a las que se dedican.</b></p> <p><b>Fortalecer la seguridad industrial y el uso del equipo de protección personal dentro del mercado nacional.</b></p>	 <p><b>Visión</b></p> <p><b>Ser una empresa proveedora de equipo de protección personal e industrial de la mejor calidad en nuestro país.</b></p> <p><b>Brindando un servicio y asesoramiento de alta calidad a los clientes principales y a sus empleados.</b></p> <p><b>Para mejorar las condiciones laborales de dichos trabajadores.</b></p>

Elaborado por: Adriana Isabel Rodríguez Castellanos, 31 de mayo de 2017

Acción 2	
<b>Guía de Valores Éticos y Políticas Internas.</b>	
Desinformación de los empleados sobre la ética y políticas de la empresa.	Creación de un tríptico que contenga los valores éticos y las políticas internas de la empresa.
Producto	Tríptico impreso.
Objetivo Comunicacional	Informar sobre la ética y políticas de la empresa.
Tipo de mensaje	Informativo
Grupo Objetivo	Empleados de la empresa Safety Depot S.A.
Medio de difusión	Manual media carta de 5/7 páginas Impreso y Digital en PDF. 12 ejemplares impresos que se distribuirán a los empleados.
Contenido y Portada del Manual	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Misión y Visión</li> <li>2. Valores Éticos</li> <li>3. Políticas Internas.</li> <li>4. Quienes Somos</li> </ol> <p>Somos un equipo comprometido con nuestros clientes, para brindarles un asesoramiento personalizado a cada uno de ellos.</p> <p>Somos el mejor equipo de trabajo ya que aprovechamos de manera adecuada las diferentes habilidades de cada uno de nuestros colaboradores.</p> <p>La seguridad de nuestros clientes es la mayor prioridad en la empresa, por lo cual les proporcionamos el equipo adecuado para garantizar el bienestar de cada persona.</p> <p>Estamos comprometidos con cumplir las normas y disposiciones de seguridad nacionales e internacionales, para garantizar el buen funcionamiento de las compañías que confían en nuestro asesoramiento y productos.</p> <p>Hacer un manejo responsable y eficiente de los recursos para velar por la estabilidad y bienestar a proveedores, empleados y accionistas.</p> <p>Trabajamos en un constante aprendizaje y reforzamiento continuo para cada miembro de nuestro equipo de trabajo.</p> <p>Fomentar ventajas competitivas que fortalezcan la industria en general.</p>
	

Elaborado por: Adriana Rodríguez Castellanos, 31 de mayo de 2017

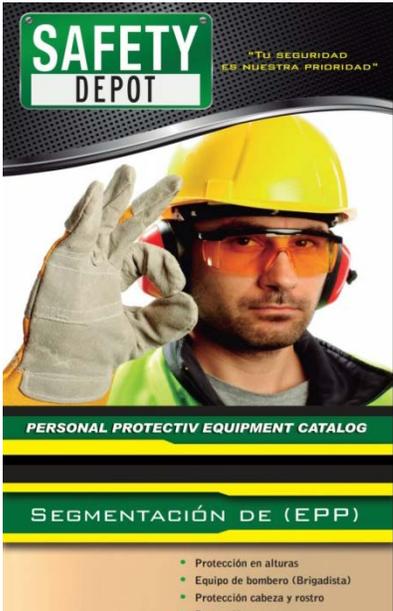
Acción 3	
Manual de Procedimientos y Comunicación	
Desconocen el proceso comunicacional.	Se creará un manual del proceso de comunicación interno que permita mayor fluidez de la información básica para los diferentes departamentos.
Producto	Manual impreso y digital
Objetivo Comunicacional	Conocer la ejecución de un proceso comunicacional.
Tipo de mensaje	Informativo y descriptivo.
Grupo Objetivo	Empleados de la empresa Safety Depot S.A.
Medio de difusión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Será impreso y digital</li> </ul> 24 ejemplares impresos en tamaño ½ carta; de 10 páginas del proceso de comunicación y solicitudes, que se distribuirán a cada uno de los empleados. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Digital, enviado a través del correo electrónico.</li> </ul>
Portada de Manual de Procedimientos y Comunicación Interno de la empresa Safety Depot.  	<u>Contenido:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción</li> <li>• Índice</li> <li>• Creación de Código Clientes</li> <li>• Cotización y Seguimiento</li> <li>• Visita a Clientes</li> <li>• Maleta de Muestras</li> <li>• Solicitud de Productos de Importación</li> <li>• Solicitud de Precios Especiales</li> <li>• Solicitud de Muestras ó Prueba</li> <li>• Guía de Asesoramiento.</li> </ul>

Elaborado por: Adriana Isabel Rodríguez Castellanos, 31 de mayo de 2017

## Acción 4

### Elaboración de un Catálogo de Productos de Safety Depot

Elaboración de material publicitario interno y externo.	Elaboración de un catálogo actualizado de productos que distribuye la empresa, para facilitar a cada uno de los empleados y clientes de la misma, el conocimiento de dichos productos. Conteniendo imágenes y breve información de los productos.
Producto	Catálogo digital
Objetivo Comunicacional	Facilitar el conocimiento de los productos disponibles para la venta y distribución de los mismos.
Tipo de mensaje	Informativo y descriptivo.
Grupo Objetivo	Empleados y clientes de la empresa Safety Depot S.A.
Medio de difusión	<ul style="list-style-type: none"><li>Digital, enviado a través del correo.</li></ul>
Portada Catálogo de Productos de Safety Depot.	<p><i>Contenido:</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>Portada</li><li>Protección Craneal</li><li>Protección Respiratoria</li><li>Protección de Manos</li><li>Protección Auditiva</li><li>Protección Corporal</li><li>Protección de Alturas</li><li>Equipo Contra Incendios</li><li>Equipo de Rescate y Brigadistas</li><li>Asistencia Vial</li><li>Contra Portada</li></ul>



Elaborado por: Adriana Isabel Rodríguez Castellanos, 31 de mayo de 2017

Acción 5	
Fortalecimiento de las relaciones interpersonales	
Mejorar las relaciones del personal dentro de la empresa, para que cada uno de ellos cumpla con sus labores y retroalimente a los demás compañeros.	Realización de eventos y reuniones semanales que ayuden a mantener una relación estable entre los compañeros de trabajo de los diferentes departamentos y cree lazos de solidaridad y compañerismo en la empresa en general.
Producto	Charlas, actividades de recreación y reuniones quincenales de retroalimentación.
Objetivo Comunicacional	Mantener una relación laboral estable y un buen ambiente de trabajo.
Tipo de mensaje	Inductivo
Grupo Objetivo	Empleados de la empresa Safety Depot S.A.
Medio de difusión	Charlas informativas y capacitaciones.

Elaborado por: Adriana Isabel Rodríguez Castellanos, 31 de mayo de 2017

ACTIVIDADES RELACIONES INTERPERSONALES			
No.	ACTIVIDAD	OBJETIVO	INCENTIVO
1	Charla sobre trabajo en equipo y mejorar las relaciones interpersonales.	Mejorar las relaciones laborales.	Almuerzo para los asistentes.
2	Visita y capacitación de Proveedor Global Globe.	Reforzar los conocimientos del equipo de seguridad para manos. Para que puedan identificar de forma inmediata los productos para cada industria y poder fortalecer sus conocimientos en el área industrial.	Diploma de participación con sello de Safety Depot y aprobado por proveedor Global Globe.
3	Reunión de Retroalimentación mensual	Conocer el alcance de las ventas, la retroalimentación de los cambios realizados en la empresa.	Premios sorpresa, por cumplimiento de metas y utilización de los manuales de proceso y ética.
4	Incentivo para los asesores de Ventas.	Fortalecer las relaciones interpersonales y los conocimientos en el congreso de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional.	Participación en la Feria de la Industria 2017.

Elaborado por: Adriana Isabel Rodríguez Castellanos, 31 de mayo de 2017

### Calendario de Actividades de Relaciones Interpersonales

INFORMACIÓN	ACTIVIDAD 1	ACTIVIDAD 2	ACTIVIDAD 3	ACTIVIDAD 4
FECHA:	12 de Junio de 2017	20 de Junio de 2017	10 de Julio de 2017	08 de Agosto de 2017
HORA:	10:00 a. m.	9:00 a 11:00 a. m.	9:00 a 11:00 a. m.	9:00 am a 12:00 p. m.
LUGAR:	Oficinas Safety Depot	Oficinas Safety Depot	Oficinas Safety Depot	Hotel Westen Camino Real
EXPOSITOR:	Adriana Rodríguez Castellanos	Proveedor Global Glove	Adriana Rodríguez Castellanos	Asesores de Ventas fijos
TEMA:	Relaciones Laborales e Interpersonales.	Guantes de Protección y normas Internacionales	Retroalimentación del proceso de Comunicación Interno.	Expo Congreso de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional.

Elaborado por: Adriana Isabel Rodríguez Castellanos, 31 de mayo de 2017

## Acción 6

Mejorar del uso de correo electrónico

Uso de correo electrónico.	Mejorar el uso del correo electrónico como principal medio de comunicación, para tener un mayor control de la información que se repliega en la empresa. Manteniendo un seguimiento de para la información brindada.
Producto	Correos electrónicos, afiches informativos, formatos para solicitud o gestiones, etc.
Objetivo Comunicacional	Abastecer de información concreta, que sirva para mejorar el proceso de distribución y administración de la empresa.
Tipo de mensaje	Informativo
Grupo Objetivo	Empleados de la empresa Safety Depot S.A.
Medio de difusión	Digital Crear un boceto de solicitud por correo electrónico, que debe ser enviado en PDF; para darle procedimiento al mismo. Del cual se deberá imprimir y archivar de forma semanal para mantener el seguimiento de cada solicitud realizada.

Elaborado por: Adriana Isabel Rodríguez Castellanos, 30 de mayo de 2017

Acción 7	
Elaboración de Material Comunicacional para el Departamento de Ventas	
Mejorar la información semanal que maneja el departamento de ventas. Elaboración de material que mejoré las solicitudes y comunicación del departamento de ventas con el departamento administrativo y los clientes en general.	Elaboración de material que mejoré las solicitudes y comunicación del departamento de ventas con el departamento administrativo y los clientes en general. Como material publicitario y diseño de tarjetas de presentación para asesores de ventas.
Producto	Diseño de trifoliales promocionales, afiches de productos ofertados y tarjetas de presentación para asesores.
Objetivo Comunicacional	Respaldar la información y ofertas aprobadas por el departamento administrativo para que el departamento de ventas obtenga mayores ganancias y conozcan que productos están en liquidación.
Tipo de mensaje	<p>Informativo y visual.</p> <p>Dar a conocer los productos que se mantienen en oferta o están en liquidación además de tarjetas de presentación y material comunicacional que ayude a mejorar el departamento de ventas.</p>
Grupo Objetivo	Colaboradores de la empresa Safety Depot, del departamento de ventas y clientes en general.
Medio de difusión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impresos: Afiches, trifoliales, tarjetas de presentación, postales, etc. Material que se trabajará luego de la reunión semanal que se realiza los días lunes para conocer qué productos se ofertarán en esa semana y promocionar los mismos para con ello incrementar las ventas y que cada uno de los asesores intente mayor movimiento en ciertos productos específicos.</li> <li>• Digitales: Envío de correo electrónico de forma semanal, con la información de ofertas.</li> </ul>

Elaborado por: Adriana Isabel Rodríguez Castellanos, 30 de mayo de 2017

## CAPITULO III

### Proyecto Desarrollado

“Plan de Comunicación para el desarrollo y fortalecimiento de la Comunicación Interna de la empresa Safety Depot S.A.”. “Comunicando, generamos más.”

#### 1.1 FINANCIAMIENTO

En un 55% los gastos de ejecución fueron cubiertos por la epesista, el otro 45% fue cubierto por la empresa Safety Depot S.A.

#### 1.2 PRESUPUESTO

CANTIDAD	DETALLE	P. UNITARIO	TOTAL
1	Rotulo con la Misión de la empresa. De 1*0.75 mtrs. Full Color	Q 250.00	Q 250.00
1	Rotulo con la Visión de la empresa. De 1*0.75 mtrs. Full Color	Q 250.00	Q 250.00
24	Guía de Valores éticos y políticas internas. Full Color, papel revista	Q 7.00	Q 168.00
24	Manual de procedimientos y comunicación Interna. Full Color, papel Bond y portada papel Cushe	Q 12.00	Q 288.00
50	Impresión trifoliales promocionales de Productos de Safety Depot. Full Color	Q 2.00	Q 100.00
500	Tarjetas de presentación para Asesores de Ventas, Papel Cushe, full Color	Q 1.90	Q 950.00
1	Diseño de Catálogo de EPP; Safety Depot	Q 1,250.00	Q1,250.00
1	Taller Comunicación Interna e implementación de manuales y guías (Logística)	Q 500.00	Q 500.00
4	Expo Congreso de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional.	Q 350.00	Q1,400.00
12	Almuerzo para empleados	Q 50.00	Q 600.00
1	Capacitación (Logística)	Q 200.00	Q 200.00
1	Asesoría Comunicacional (Aportación EPS)	Q 4,000.00	Q4,000.00
<b>TOTAL</b>			<b>Q9,956.00</b>

Elaborado por: Adriana Rodríguez Castellanos 22 de agosto de 2017

### 1.3 BENEFICIOS

BENEFICIARIOS	BENEFICIO
<p><u>Beneficiarios Primarios:</u> Los empleados del departamento de ventas.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• El beneficio principal está dirigido a este grupo, ya que los manuales, el material comunicacional impreso y digital además de las reuniones semanales les ayudarán a mejorar la efectividad de la relación con el departamento administrativo y por lo tanto aumentar las ventas.</li><li>• Además de facilitarle la relación con los clientes.</li></ul>
<p><u>Beneficiarios Secundarios:</u> El departamento administrativo y clientes de la empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Gerente Administrativo: Mantiene un respaldo que agiliza los procesos de facturación y control con el departamento de ventas.</li><li>• Supervisora Ventas: Se le entregan guías de cada proceso en el departamento de ventas que respaldan las distintas solicitudes que presenten.</li></ul>

Elaborado por: Adriana Rodríguez Castellanos 21 de agosto de 2017

#### **1.4 RECURSOS HUMANOS**

<b>PERSONAL</b>	<b>CARGO</b>	<b>ACTIVIDAD</b>
Oscar Francisco Tello Hernández	Gerente Administrativo	<ul style="list-style-type: none"><li>• Asesoría y apoyo con los diseños para materiales promocionales.</li><li>• Aprobación de manual de procedimientos.</li><li>• Verificación de fichas técnicas e información para catálogo de productos.</li></ul>
María del Carmen Contreras	Supervisora Ventas	<ul style="list-style-type: none"><li>• Asesoría y aprobación de los distintos formatos de solicitudes para el departamento de ventas.</li></ul>

Elaborado por: Adriana Rodríguez Castellanos 21 de agosto de 2017

## ÁREA GEOGRÁFICA DE EJECUCIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN:

- Calzada Aguilar Batres 43-35 zona 12 Plaza Monte María Locales No.4 y No. 5, Guatemala.

## 2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

### 2.1 Fortalecimiento de la imagen institucional

#### 2.1.1 Objetivo Comunicacional:

- Reforzar la imagen institucional de la empresa con cada uno de sus colaboradores.

#### 2.1.2 Descripción

- Se estableció la Misión y Visión de la empresa Safety Depot S.A.

#### 2.1.3 Acciones Desarrolladas

- Se realizó el planteamiento y redacción de la Misión y Visión de la empresa Safety Depot; el cual fue aprobado por el Gerente General y representante legal (Leonel Alberto Leiva Corzo).
- Diseño y presentación de los artes finales que fueron aprobados.
- Impresión de rótulos en PVC a full color con medidas de 1 metro de alto por 0.75 metros de ancho.
- Se colocaron los rótulos en la oficina de la empresa.



*Rótulos de colocados en oficina y sala de ventas de Safety Depot. Julio 2017*

## **2.2 Elaboración de Manual de Procedimientos y Comunicación Interna**

### 2.2.1 Objetivo Comunicacional:

- Fortalecer los materiales de comunicación internos de Safety Depot

### 2.2.2 Descripción

- Se realizó un manual con la descripción de los diferentes procesos de ventas y comunicación que se llevan a cabo en la empresa.

### 2.2.3 Acciones Desarrolladas

- Se realizó una reunión con el gerente administrativo, para identificar que procesos debían incluirse en el manual.
- Elaboración y descripción de los pasos en cada proceso.
- Diseño del manual de procedimientos y comunicación interna.
- Se imprimieron 24 ejemplares de 10 páginas a full color con papel cushe para la portada y papel bond en el interior.
- Se realizó la presentación de los manuales al departamento de ventas.



*Epesista Adriana Rodríguez Castellanos, presenta el manual de procedimientos y comunicación interna a los miembros del departamento de Ventas de Safety Depot. Mes de julio de 2017.*

## **2.3 Elaboración de Guía de Valores Éticos y Políticas Internas.**

### 2.3.1 Objetivo Comunicacional:

- Mejorar la imagen institucional y las relaciones laborales de la empresa.

### 2.3.2 Descripción

- Preparación de una guía de valores éticos y políticos, que mejoraron la imagen institucional. Además de brindar normas de comportamiento que refuerzan los valores que la empresa transmite a sus empleados.

### 2.3.3 Acciones Desarrolladas

- Descripción de políticas internas para la empresa.
- Se recabó información para documento guía
- Elaboración de un tríptico con la información recopilada.
- Se entregó el diseño final para su aprobación.
- Impresión de 24 ejemplares a full color en tamaño carta en papel lino mate.



*Epesista Adriana Rodríguez, hace entrega de Guía ética y de políticas internas, al gerente administrativo*

*Oscar Tello. Julio 2017.*

## **2.4 Elaboración de Catálogo de Productos de Safety Depot.**

### 2.4.1 Objetivo Comunicacional:

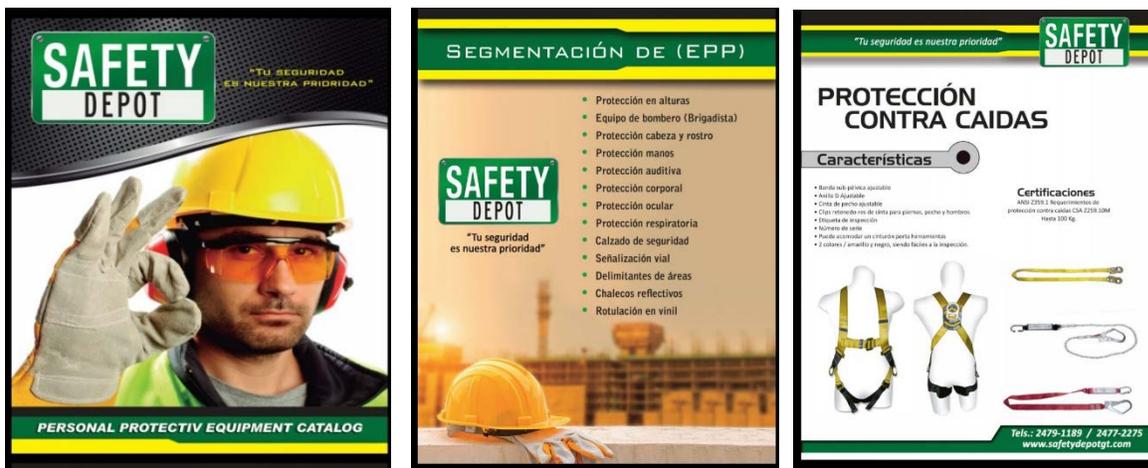
- Facilitar el conocimiento de los productos disponibles para la venta y distribución.

### 2.4.2 Descripción

- Elaboración de un catálogo de productos y marcas que se manejan en la empresa, para que el departamento de ventas tenga mayor facilidad de mostrar los mismos en las primeras visitas a los clientes. Además de reconocer los productos por códigos para no tener inconvenientes al momento de solicitarlos.

### 2.4.3 Acciones Desarrolladas

- Recopilación de las fichas técnicas que se manejan para venta y distribución.
- Se realizó una sesión fotográfica para productos que no tenían imágenes reales para el catálogo.
- Solicitud y selección de logotipos de las marcas que participaron en el catálogo.



*Diseño del catálogo de productos, supervisión de epesista Adriana Rodríguez.  
Julio 2017.*

## **2.5 Fortalecimiento de las Relaciones Interpersonales y Laborales**

### 2.5.1 Objetivo Comunicacional:

- Mejorar las relaciones interpersonales y la comunicación entre los colaboradores de la empresa.

### 2.5.2 Descripción

- Se realizaron actividades de convivencia para fomentar mejores relaciones laborales.

### 2.5.3 Acciones Desarrolladas

- Se realizaron 5 reuniones laborales los días lunes, donde se retroalimentaron sobre las ventas y procesos administrativos.
- Se cubrieron almuerzos para los asistentes a la reunión del lunes 26 de junio y del 24 de julio, en el cual se contó con la presencia del gerente general.
- Se realizó una capacitación con el proveedor Global Glove, sobre los guantes y su implementación en la industria.
- En las reuniones se presentaron los requerimientos solicitados por el departamento de ventas, con referencia a productos que no tienen stock y son de bastante movimiento con los principales clientes.
- Se presentaron los manuales de procedimientos y la guía de valores, donde se escuchó y tomo en cuenta las observaciones de los colaboradores para realizar cambios a los mismos.
- Presentación de formatos para solicitudes del departamento de ventas, los cuales ya fueron aplicados.

- Se regalaron entradas a los 4 vendedores con mayores ventas del mes de junio y julio para asistir al Expo Congreso de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional realizado el 8 y 9 de agosto del presente año.



*Preparación de muestras para capacitación de guantes del proveedor Global Glove (ambos de blanco sentados de lado derecho) de pie Oscar Tello (gerente administrativo) de lado izquierdo asesores de ventas. Junio 2017*



*Capacitación proveedor Global Glove (Ricardo Suave y John Fuentes) de pie Oscar Tello gerente administrativo y sentados de gris de izquierda a derecha. José Pérez asesor de ventas; María del Carmen Contreras Supervisora de Ventas, Fernanda López asistente Ventas y Samuel Colorado asesor de ventas.*



*Los asesores de ventas de izquierda a derecha Samuel Colorado, María del Carmen Contreras (Supervisora) Silvia Hernández y José Pérez. En la Expo SISO. Agosto 2017.*



*Reunión de ventas lunes 12 de junio, de izquierda a derecha Samuel Colorado (Asesor de ventas) Fernanda López (Asistente de ventas), María del Carmen Contreras (Supervisora Ventas) y José Pérez (Asesor de Ventas).*

## 2.6 Mejorar el uso del correo electrónico y WhatsApp

### 2.6.1 Objetivo Comunicacional:

- Optimización y eficiencia en el uso del correo electrónico y WhatsApp.

### 2.6.2 Descripción

- Creación de formularios para cada solicitud.
- Uso exclusivo del grupo en WhatsApp. para temas laborales.

### 2.6.3 Acciones Desarrolladas

- Se aplicó firma a cada correo del personal con el logotipo de la empresa y datos de contacto.
- Se elaboraron formatos de solicitud para cada proceso registrado en el manual de procedimientos y comunicación.
- Se informó y mostro el uso de los formatos de solicitud a los miembros del departamento de ventas.
- Se creó un grupo directamente para ventas y se informó que el grupo anterior integrado por el área administrativa y de ventas es únicamente para confirmación de entregas y aviso de correo para solicitudes, también para información sobre ingreso de mercadería.

María del Carmen Contreras  
Cel:4290-5876  
Tel: 2479-1184 y 2477-2275  
Email: ventas3@safetydepotgt.com  
Calzada Aguilar Batres 43-35 Zona 12



*Diseño de firma para cada uno de los empleados de la empresa. Junio 2017.*

## **2.7 Elaboración de material de comunicación para el Área de Ventas.**

### 2.7.1 Objetivo Comunicacional:

- Mejorar los procesos de comunicación del departamento de ventas con los clientes.

### 2.7.2 Descripción

- Elaboración de material gráfico para el departamento de ventas, para que puedan enviarlo correo electrónico a sus clientes y se mantengan informados de las ofertas que se hacen semanalmente.

### 2.7.3 Acciones Desarrolladas

- Se elaboraron diseños para productos que se ofertan, según los acuerdos en las reuniones de ventas.
- Elaboración del diseño de las tarjetas de presentación para asesores de ventas.
- Se diseñó un trífoliar informativo para las visitas que realizan los asesores de ventas y para utilización en tienda.
- Se diseñaron y presentaron dos mantas vinílicas que fueron impresas para uso de capacitaciones que realiza el área de ventas.



*Tarjetas de presentación para asesores de ventas*

*Julio de 2017.*



*Manta Vinílica para*

*Capacitaciones, julio 2017.*

### 3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	MESES							
	JUNIO				JULIO			
	SEMANAS							
	1	2	3	4	1	2	3	4
Diseño de manual de procedimientos y trifoliar guía de valores éticos.	■							
Reunión con el gerente administrativo presentación y aprobación de diseños trabajados.		■						
Entrega y presentación de manuales.			■					
Recopilación de información para diseño de Catálogo de Productos de Safety Depot	■	■	■					
Reunión de empleados Mensual (Implementación Plan de Comunicación)				■				■
Charla sobre trabajo en equipo y mejorar las relaciones interpersonales.					■			
Visita y capacitación de Proveedor Global Glove			■					
Revisión del uso de la guía de solicitudes de Correo Electrónico y WhatsApp					■			
Convivencia para todos los empleados de la empresa.							■	
Presentación Informe Final de Planificación Estratégica								■
Tarjetas de presentación, trifoliar informativo de productos, afiches de productos ofertados.							■	

Elaborado por Adriana Rodríguez, 21 de agosto de 2017

#### 4. CONTROL Y SEGUIMIENTO

ESTRATEGÍA	INDICADORES CUANTITATIVOS	INDICADORES CUALITATIVOS
Imagen institucional, Rótulos de Misión y Visión	De los 12 empleados; 8 de ellos tienen acceso diario a los rótulos	Esos rótulos nos ayudan a conocer la ideología de la empresa y a que nuestros clientes nos vean con mayor formalidad.
Manual de procedimientos y Comunicación Interna Objetivo: Mejorar los procesos internos para la empresa.	Los 12 colaboradores recibieron una copia del manual impreso.	El manual nos orienta y ayuda a organizar mejor nuestras actividades, además de un mejor control para cuando se quiera supervisar.
Guía de Valores Éticos y Políticas Internas. Objetivo: Establecer guía de comportamientos y actitudes dentro de la empresa.	Los 12 colaboradores recibieron una copia de la guía impresa.	La mayoría de empresas grandes piden esta información para abrir código de proveedores, ahora ya no hay que solicitarla si todos tenemos acceso a ella.
Catálogo de productos Objetivo: Dar a conocer los productos disponibles.	Los 12 empleados fijos y los 4 freelance recibieron el catálogo por correo electrónico.	Nos ayuda a tener información de los productos. Porque algunas veces de tantos guantes o lentes ya no recordamos para que industria son útiles.
Fortalecimiento de las Relaciones Interpersonales Objetivo: Mejorar las relaciones laborales en la empresa.	Los 6 empleados fijos del departamento de ventas obtuvieron mayores beneficios con las actividades.	Que se nos tome en cuenta y nos apoyen para cualquier actividad, nos motiva a conseguir más clientes. Porque sabemos que ya los podemos atender mejor y no quedar mal con los productos.
Material Comunicacional y promocional para asesores de Ventas. Objetivo: Brindar apoyo al departamento de ventas para incentivar las mismas.	Los 16 empleados han sido beneficiados, ya que todos tienen acceso al material, para sus presentaciones y para difundir la información con sus clientes.	Nos ayuda para poder compartir esa información con los clientes, que a veces no leen los correos, pero ya con las imágenes arregladas. Saben que tenemos ofertas y nos toman en cuenta para comprar esos productos específicamente.
Mejoramiento del uso de Correo Electrónico y Wapp	Principalmente 6 empleados del departamento de ventas que organizan de mejor manera las solicitudes.	En general nos ayuda a tener un mejor control sobre la información, tener una firma que nos identifique a todos nos parece una buena idea.

Elaborado por Adriana Rodríguez, 21 de agosto de 2017

## 5. ANEXOS

### 5.1 CHECK LIST DE ACCIONES

PLAN DE COMUNICACIÓN		REALIZADO	
ITEM	ESTRATEGÍA	SI	NO
1	Rótulos de Misión y Visión	X	
2	Guía de Valores Éticos y Políticas Internas.	X	
3	Manual de Procedimientos y Comunicación Interna	X	
4	Recopilación de información técnica para el diseño de un catálogo de productos de Safety Depot	X	
5	Fortalecimiento de las relaciones interpersonales.	X	
6	Elaboración de material comunicacional para el departamento de Ventas.	X	
7	Mejorar el uso de correo electrónico y WhatsApp	X	

### DISEÑOS PARA DEPARTAMENTO DE VENTAS



**OFERTAS**

**Casco de Seguridad Premium**  
Q 50.00 OFERTA DEL MES

**OFERTA**  
Q 215.00

**Bota de Seguridad Industrial**

Calzada Aguilar Batres 43-35 Z. 12 Local # 5  
Plaza Monte María Teléfonos: 24791184 y 2477-2275

**PRODUCTOS DISPONIBLES**

- \* Protección Corporal
- \* Protección de Cabeza
- \* Protección Auditiva
- \* Protección Visual
- \* Protección Respiratoria
- \* Protección de Manos
- \* Protección Contra Caídas

**OTROS PRODUCTOS:**

- \* Equipo Contra Incendios
- \* Seguridad Vial
- \* Calzado Industrial

**ADEMÁS CONTAMOS CON:**

- \* Capacitación del uso y cuidado del EPP (Equipo de protección personal)

Comuníquese con el asesor de ventas:

\*Gran variedad de productos disponibles en entrega inmediata.



**SAFETY DEPOT**

Tu seguridad es nuestra prioridad.

Calzada Aguilar Batres, 43-35 zona 12  
Plaza Monte María Local #5, Guatemala.

<p><b>PROTECCIÓN DE MANOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Guante palma de latex</li> <li>Guante palma Nitrilo</li> <li>Guante gamuzón</li> <li>Guante piel de res, cerdo y cabra.</li> <li>Guante soldador</li> <li>Guante cuero y lona</li> <li>Guantes anticorte</li> <li>Guantes desechables y domésticos.</li> </ul>  <p><b>PROTECCIÓN AUDITIVA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tapones desechables</li> <li>Tapones reusables</li> <li>Orejas</li> <li>Orejas para casco</li> <li>Dispensador de tapones</li> </ul>  <p><b>PROTECCIÓN CORPORAL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Chalecos malla y tela</li> <li>Chalecos elásticos y tipo arnés</li> <li>Chalecos radicans especiales</li> <li>Fajas Lumbares</li> <li>Cinturones de cuero</li> <li>Capas para lluvia</li> <li>Gabacha nitrilo y/o gamuzón.</li> </ul> 	<p><b>PROTECCIÓN RESPIRATORIA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mascarilla desechable</li> <li>Respiradores reutilizables</li> <li>Cartuchos Filtros</li> <li>Adaptadores de filtros</li> </ul>  <p><b>PROTECCIÓN VISUAL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Lentes claros</li> <li>Lentes Oscuros</li> <li>Monogafas</li> <li>Caretas</li> <li>Visores</li> </ul>  <p><b>PROTECCIÓN DE CABEZA Y CONTRACAÍDAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Cascos tipo gorra</li> <li>Cascos ala ancha</li> <li>Cascos para alturas</li> <li>Barbiquejos</li> <li>Arneses</li> <li>Líneas de vida</li> </ul> 	<p><b>EQUIPO CONTRA INCENDIO Y RESCATE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Rack con manguera</li> <li>Extintores</li> <li>Gabinetas</li> <li>Tabla Marina</li> <li>Inmovilizador cuello</li> <li>Botiquines</li> <li>Autocontenidos</li> </ul>  <p><b>SEGURIDAD VIAL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Barras retráctiles</li> <li>Banderolas</li> <li>Topes de parqueo</li> <li>Conos</li> <li>Cinta reflectiva</li> <li>Cinta Procaución</li> <li>Cinta Peligro</li> <li>Trafitambos</li> <li>Separadores viales</li> <li>Malla plástica</li> </ul>  <p><b>SAFETY DEPOT</b></p> <p>Teléfonos: 24791184 y 24772275.</p>
--	--	--

Trifoliar portada e interno; informativo con productos para venta e importación.  
Elaborado en junio 207

 <p><b>GUANTE PIEL DE CERDO</b> Para manejo de materiales. Trabajo de almacen de maderas. Para trabajo que requiera una cualidad de palmeo</p>  <p>Calzada Agullar Batres 43-35 zona 12 Local No. 4 y 5 Plaza Monte María, Guatemala. Teléfonos: 2479-1184 y 2477-2275</p> <p><b>SAFETY DEPOT</b></p>	<p><b>CHALECO DE MALLA TIPO ARNÉS</b></p>  <p><b>Q 20.00</b> Controla con tu material de reserva.</p> <p>Calzada Agullar Batres 43-35 zona 12 Local #4 y #5 Plaza Monte María, Guatemala Teléfonos: 24791184 y 24772275</p> <p><b>SAFETY DEPOT</b></p> <p><b>HASTA DURAR EXISTENCIAS</b></p>
---	--

Afiches digitales, precio oferta Guante Piel de Cerdo. Junio 2017

**SAFETY  
DEPOT**

**OFERTA  
Q 215.00**

**Bota de Seguridad Industrial**  
Punta de acero resistente a 200 Joules.  
Cumple con normativa ABNT NBR ISO

**BRACOL**

Calzada Aguilar Batres 43-35 Z. 12 Local # 5  
Plaza Monte María Teléfonos: 24791184 y 2477-2275

Boletín Informativo, productos de liquidación. Junio 2017

Cartas de recepción de material para la empresa

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



EPS, LICENCIATURA 2017

Safety Depot S.A.

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

Por medio de la presente hacemos constar la entrega de 24 trifoliales PROMOCIONALES (Productos y ofertas). Los cuales fueron revisados y aprobados para uso del departamento de ventas de la empresa.

Dichos trifoliales fueron elaborados por Adriana Isabel Rodríguez Castellanos, quien se identifica con el No. de DPI 1955 90996 1014 y de Carné 200719998, estudiante de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala como parte del EPS Licenciatura 2017.

Por lo cual, se extiende la presente a los 14 días del mes de Julio del presente año.

Oscar Francisco Tello Hernández

Gerente Administrativo, Safety Depot.

Recibe (Firma y Sello)



Adriana Rodríguez Castellanos

Epesista

Ficha de Registro de Prácticas



**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**

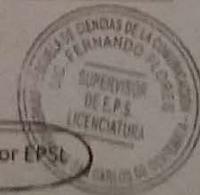
Nombre del Alumno (a): Adriana Isabel Rodríguez Castellanos  
No. Carné y DPI: 200719998 y 1955 90996 1014  
Jefe o Encargado (a): Oscar Tello Hernández, Gerente Administrativo  
Institución o Empresa: Safety Depot S.A.  
Supervisor de EPSL: Lic. Fernando Flores.

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 12 / Al: 16	Junio	8	8	8	8	8	x	40 horas
2	Del: 19 / Al: 23	Junio	8	8	8	8	8	x	40 horas
3	Del: 26 / Al: 30	Junio	8	8	8	8	8	x	40 horas
4	Del: 03 / Al: 07	Junio	8	8	8	8	8	x	40 horas
5	Del: 10 / Al: 14	Julio	8	8	8	8	8	x	40 horas
6	Del: 17 / Al: 21	Julio	8	8	8	8	8	x	40 horas
7	Del: 24 / Al: 28	Julio	8	8	8	8	8	x	40 horas
8	Del:31/7 / Al: 4/8	Agosto	8	8	8	8	8	x	40 horas
9	Del: / Al:								
10	Del: / Al:								
<b>TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS</b>									<b>320 hrs.</b>

(f)   
Oscar Francisco Tello H.  
Gerente Administrativo



(f)   
Lic. Fernando Flores – Supervisor EPSL



## Conclusión

El proceso de EPS de Licenciatura llevado a cabo en la empresa Safety Depot S.A. nos permitió mejorar las relaciones interpersonales, ya que las actividades con el equipo de ventas fueron establecidas de forma mensual y en ocasiones semanal para solicitudes especiales.

Lo mismo mantenía el equipo de trabajo mejor enterado de los acontecimientos que les correspondían directamente. Darle seguimiento a cobros o solicitudes, ya que la encargada de supervisión de dichos procesos tenía material que le sirve para verificar los procesos.

Durante el tiempo de la práctica, pudimos observar que, en algunas reuniones o visitas a clientes, los asesores de ventas ya incluían la misión y visión de la empresa en la presentación de proyectos a realizar en la planificación del año 2018.

El material impreso entregado a cada uno de los empleados, los identifiqué con la empresa. El proceso de sentirse parte del crecimiento de la misma. En reuniones extraordinarias, se platicó de mejorar los salarios conforme el aumento de ventas y crecimiento de la empresa. Lo cual les generó mayor interés en los colaboradores.

Mejorar las relaciones laborales les permitió seguir ejecutando capacitaciones en diferentes empresas, ya que entre los asesores apoyaban el área que corresponde a cada uno.

El proceso de implementación de los manuales de comportamiento y la guía ética, al inició fue de dialogo porque algunos empleados querían hacer modificaciones. Al momento de la entrega de las mismas fue el departamento administrativo y gerencia los encargados de su aprobación directa.

Se estableció esta estrategia interna, ya que el mercado es cada día más competitivo y la empresa tiene el reconocimiento de sus clientes, ahora son los colaboradores quienes con diferentes incentivos lograrán las mejoras laborales y crear un ambiente de trabajo comprometidos con el bienestar y crecimiento de las relaciones laborales.

## **Recomendaciones**

- Establecer un departamento de comunicación, encargado de la divulgación de la información, logística de eventos y preparación de material para el departamento de ventas.
- Destinar un presupuesto para actividades de comunicación interna y externa de la empresa.
- Establecer una capacitación introductoria para nuevos empleados, y capacitaciones trimestrales para personal.
- Mejorar la comunicación con los vendedores Free Lance de la empresa, para integrarlos a las relaciones interpersonales.
- Seguimiento y actualización de las redes sociales.
- Utilizar este documento, para nuevos proyectos de comunicación dentro de la empresa.

## Bibliografía

- Del Cid, Alama; Méndez, Rosemary; Sandoval, Franco  
Segunda Edición PEARSON México 2011  
Investigación, Fundamentos y metodología.
- Juan José Chávez Zepeda; Sexta Edición 2014  
Elaboración de proyectos de Investigación: *Cualitativa y Cuantitativa*.
- Dr. Roberto Hernández Sampieri, Dr. Carlos Fernández Collado, Dra. Pilar Baptista; Cuarta Edición (2006)  
Metodología de la Investigación
- Intecap; Consulta de detección de Necesidades de Capacitación en el área de Seguridad Industrial  
<http://www.intecap.edu.gt/oml/images/pdfsdocumentos/CNC-10.pdf>
- OSHA; 7/2010 [www.osha.gov](http://www.osha.gov)  
[https://www.osha.gov/OshDoc/data\\_General\\_Facts/ppe-factsheet-spanish.pdf](https://www.osha.gov/OshDoc/data_General_Facts/ppe-factsheet-spanish.pdf)

## GLOSARIO

**Comunicación interna:** Acciones comunicativas entre la organización y sus miembros, y entre ellos mismos, a favor de las buenas relaciones (interacciones rentables para la organización) a través de medios específicos para ello.

**Seguridad Industrial y Salud Ocupacional Seguridad Industrial:** Es una actividad multidisciplinaria que promueve y protege la salud de los trabajadores, busca controlar los accidentes y las enfermedades mediante la reducción de las condiciones de riesgo.

**Comunicación organizacional:** Comunicación que se gesta dentro de una organización. Sistema que constantemente sufre ajustes, complejo por sus relaciones con diversos públicos (tanto internos como externos). Procesos inherentes a la organización que no sólo tienen que ver con intercambio de información, sino también con los medios utilizados y los individuos (con su cultura, actitudes, sentimientos y capacidades). Es también la disciplina que se encarga de investigar y teorizar acerca de todo lo anterior con la voluntad de dar explicación a las organizaciones sociales.

**Diagnóstico:** Día (a través) y gnosis (conocer). Descripción de la situación de una organización con base en la recolección, sistematización e interpretación de la información respecto a ella.

**Dimensiones de la organización:** Aspectos esenciales de la organización consideradas por la guía de diagnóstico.

**Disposición al cambio:** Naturaleza de la organización de aceptación o resistencia al cambio que influencia la conducta, actitudes, creencias y valores de sus miembros.

**Dispositivos de comunicación:** Mecanismos que tienen como función primordial fomentar el diálogo y el intercambio multilateral.

**Dispositivos de información:** Conectores unilaterales para la recepción de información dedicados a informar y/o mantener control a los miembros de la organización.

**Entorno de la organización:** Dimensiones en ámbitos micros y macros, independientes a la organización, que la afectan e influyen en su existencia y desempeño.

**Estrategia de comunicación:** Planificación de la gestión de flujos comunicativos de la organización, acorde a los objetivos y valores de la esta.

**Estructura orgánica (organigrama):** Diseño de la distribución jerárquica de los materiales y recursos humanos de la organización, manera esquemática de la manera en que se conforma la organización.

**Página Web:** es un documento o información electrónica capaz de contener texto, sonido, vídeo, programas, enlaces, imágenes, y muchas otras cosas, adaptada para la llamada World Wide Web (WWW) y que puede ser accedida mediante un navegador web.

**Redes Sociales:** es una estructura social compuesta por un conjunto de actores (tales como individuos u organizaciones) que están relacionados de acuerdo a algún criterio (relación profesional, amistad, parentesco, etc.). Normalmente se representan simbolizando los actores como nodos y las relaciones como líneas que los unen. El tipo de conexión representable en una red social es una relación diádica o lazo interpersonal.

## Anexos Generales

### Comunicación Interna

Encuestados	Preguntas					TOTALES
	1	2	3	4	5	
1	4	3	4	4	4	19
2	4	4	5	4	5	22
3	5	4	4	3	3	19
4	4	4	5	5	5	23
5	4	4	4	3	3	18
6	5	4	5	5	3	22
7	4	5	5	5	5	24
8	4	3	3	3	3	16
9	4	4	4	3	3	18
10	5	3	4	4	3	19

Elaborado por: Adriana Rodríguez, Abril 2017

### Índice Laboral

Encuestados	Preguntas						TOTALES
	6	7	8	9	10	11	
1	1	4	4	4	4	4	21
2	2	5	5	5	5	5	27
3	2	3	5	4	4	4	22
4	2	5	5	5	4	5	26
5	2	4	5	4	4	4	23
6	3	4	5	4	3	4	23
7	5	5	5	5	5	5	30
8	2	4	4	4	4	4	22
9	3	4	5	4	4	4	24
10	1	3	3	4	3	4	18

## Índice Motivacional

Encuestados	Preguntas				TOTALES
	12	13	14	15	
1	3	3	3	3	12
2	5	5	5	1	16
3	5	5	5	2	17
4	5	5	5	4	19
5	4	4	4	2	14
6	5	5	5	1	16
7	5	5	5	5	20
8	4	4	4	2	14
9	4	4	4	2	14
10	3	4	4		11

## SEXO

Encuestados	Preguntas	
	MASCULINO	FEMENINO
1	0	1
2	0	1
3	1	0
4	1	0
5	0	1
6	1	0
7	1	0
8	1	0
9	0	1
10	0	1
TOTALES	5	5

## Edad

Encuestados	Preguntas
	EDAD
1	38
2	23
3	49
4	27
5	40
6	29
7	32
8	32
9	39
10	28

Elaborado por: Adriana Rodríguez, Abril 2017

## Fotografías del Diagnóstico



Foto1: Epesista y Oscar Tello (Gerente Administrativa).

Foto 2: María del Carmen Contreras (Supervisora de Ventas) y Epesista.

## Anexos Planificación

**SUMINISPRO**  
 6ta calle 3-68 zona 3 Mixco, Guatemala  
 Cel: (502) 243-3811 / (502) 5852-1046  
 Email: info@suminispro.com  
 www.suminispro.com

**COTIZACIÓN**  
 No. 0101  
 Fecha: 10 de mayo 2017  
 Guatemala  
 ATENDIDO POR: David Cano  
 NIT: \_\_\_\_\_

SOLICITADO POR: Adriana Rodríguez  
 TELEFONO: \_\_\_\_\_  
 DIRECCION: Ciudad  
 E-MAIL: \_\_\_\_\_

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	Código	P/UNITARIO	IMPORTE
1	Impresión en adhesivo blanco sobre pvc 3mm 1 x 1 metros FULL COLOR		Q 200.00	Q 200.00
1	Impresión en adhesivo blanco sobre pvc 3mm 1 x 1 metros BLANCO Y NEGRO		Q 175.00	Q 175.00
Precios incluyen (IVA)			Subtotal	
TOTAL EN LETRAS			Descuento	
			Total	

OBSERVACIONES: \*Todo reclamo debera hacerse dentro de los primeros 5 dias entregada la mercaderia  
 \*Entrega 24 Horas Hábiles



**SUMINISPRO**  
 6ta calle 3-68 zona 3 Mixco, Guatemala  
 Cel: (502) 243-3811 / (502) 5852-1046  
 Email: info@suminispro.com  
 www.suminispro.com

**COTIZACIÓN**  
 No. 0102  
 Fecha: 10 de mayo 2017  
 Guatemala  
 ATENDIDO POR: David Cano  
 NIT: \_\_\_\_\_

SOLICITADO POR: Adriana Rodríguez  
 TELEFONO: \_\_\_\_\_  
 DIRECCION: Ciudad  
 E-MAIL: \_\_\_\_\_

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	Código	P/UNITARIO	IMPORTE
1	Metro Cuadrado full color en vinil		Q 55.00	Q 55.00
Precios incluyen (IVA)			Subtotal	
TOTAL EN LETRAS			Descuento	
			Total	

OBSERVACIONES: \*Todo reclamo debera hacerse dentro de los primeros 5 dias entregada la mercaderia  
 \*Entrega 24 Horas Hábiles



**SUMINISPRO**  
 6ta calle 3-68 zona 3 Mixco, Guatemala  
 Cel: (502) 243-3811 / (502) 5852-1046  
 Email: info@suminispro.com  
 www.suminispro.com

**COTIZACIÓN**  
 No. 0100  
 Fecha: 10 de mayo 2017  
 Guatemala  
 ATENDIDO POR: David Cano  
 NIT: \_\_\_\_\_

SOLICITADO POR: Adriana Rodríguez  
 TELEFONO: \_\_\_\_\_  
 DIRECCION: Ciudad  
 E-MAIL: \_\_\_\_\_

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	Código	P/UNITARIO	IMPORTE
12	Impresión tiro y retiro en opalina blanco liso acado brillante (3 Hojas 6 paginas FULL COLOR)		Q 45.00	Q 540.00
12	Impresión tiro y retiro en opalina blanco liso acado brillante (3 Hojas 6 paginas BLANCO Y NEGRO)		Q 35.00	Q 420.00
12	Engargolado para ejemplares		Q 10.00	Q 120.00
Precios incluyen (IVA)			Subtotal	
TOTAL EN LETRAS			Descuento	
			Total	

OBSERVACIONES: \*Todo reclamo debera hacerse dentro de los primeros 5 dias entregada la mercaderia  
 \*Entrega 24 Horas Hábiles



**impresos ARREOLA**  
 Guatemala, 11 de Agosto de 2016

Safety Depo  
 Adriana Rodríguez  
 Presente

Extiendo la presente cotización esperando la confirmación de la misma

Canit.	Descripción	Total
50	Catálogos de 20 páginas tamaño carta con grapa, en papel couche full color.	Q. 6,500.00
	Elaboración de diseño de catálogo	Q. 2,500.00
<b>TOTAL Q.</b>		<b>9,000.00</b>
50	Catálogos de 20 páginas tamaño carta con grapa, en papel couche full color.	Q. 5,500.00
	Elaboración de diseño de catálogo	Q. 2,000.00
<b>TOTAL Q.</b>		<b>9,000.00</b>

Para todo trabajo se requiere el 60% de anticipo y 40% contra entrega

LUCÍA CHÁVEZ  
 Asesora de Ventas  
 Cel: 5678-8695 // 5425-1037

• Diseño gráfico • Tarjetas • Facturas • Volantes • Qcibos • Qmios • Qcalendarios • Qsilfolares, etc.  
 E-mail: xplosioncreativa@hotmail.com

# COTIZACIÓN

Guatemala, 09 de junio 2,017

Atención Sr.  
**Adriana Castellanos**

Es un gusto poder servirle y presentarle la siguiente cotización de

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
4	Manta Vinilica Full Color Impresión Normal Sin agujeros De 0.70x0.40 cms	Q 30.00	Q 120.00
TOTAL			Q 120.00

- Valido 30 dias
- Costo incluye IVA

AGRADECIENDO SU ATENCION, Y PRONTA RESPUESTA  
Leonel Godínez  
Tel.: 2479-1758

**inspiration**  
Calzada Aguilar Batres 43-45  
M<sup>o</sup> Bodeguitas zona 12, Local 1

# COTIZACIÓN

Guatemala, 09 de junio 2,017

Atención Sr.  
**Adriana Castellanos**

Es un gusto poder servirle y presentarle la siguiente cotización de

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
4	PVC Full Color Impresión Normal De 0.70x0.40 cms	Q 120.00	Q 480.00
TOTAL			Q 480.00

- Valido 30 dias
- Costo incluye IVA

AGRADECIENDO SU ATENCION, Y PRONTA RESPUESTA  
Leonel Godínez  
Tel.: 2479-1758

**inspiration**  
Calzada Aguilar Batres 43-45  
M<sup>o</sup> Bodeguitas zona 12, Local 1

Anexos Ejecución



