

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



**“Estrategias para fortalecer la comunicación interna en el departamento de bodega en la empresa PD Distribución S.A.”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

**Erik Onelio Ramírez Escobar**

Previo a optar el título de:

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Guatemala, octubre de 2018**

**Consejo Directivo**

**Director**

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya

**Representantes Docentes**

Lic. Mario Campos

Lic. Gustavo Morán

**Representantes Estudiantiles**

Pub. Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Pub. Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

**Representante de Egresados**

M.A. Michael González Bártres

**Secretaria Administrativa**

M.Sc. Claudia Molina

**Coordinador EPS Licenciatura**

Lic. Luis Pedroza Gaytán

**Supervisores de EPS Licenciatura**

Licda. Sandra Nohemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios



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



Guatemala, 22 de octubre de 2018


Estudiante  
Erik Onelio Ramírez Escobar  
Carné: 200417048  
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

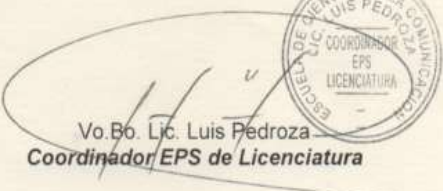
Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final de su Proyecto de EPS de Licenciatura con título: "ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA EN EL DEPARTAMENTO DE BODEGA EN LA EMPRESA PD DISTRIBUCIÓN S.A.". El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual se emite **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y distribución digital del Informe Final de EPS de Licenciatura en 5 CD's con el documento en PDF los cuales deberá entregar en las instancias correspondientes para su archivo y publicación.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

  
Licda. Sandra Hernández  
**Supervisora EPS de Licenciatura**



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



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

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



Guatemala, 16 de agosto de 2018

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: **Erik Onelio Ramírez Escobar** con número de carné: **200417048** y CUI: **1866052850101**; estudiante epesista de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y, previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta empresa específicamente en "PD Distribución, S.A." cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **15 de mayo al 13 de julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto comunicacional: "**Estrategias de para fortalecer la comunicación interna en el departamento de bodega en la empresa PD Distribución S.A.**" entregando el material respectivo, debidamente recibido por nuestra empresa PD Distribución S.A.

En este sentido, manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista y para los usos subsecuentes en el proceso de EPS de Licenciatura, extendemos la presente **CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA** en nuestra empresa PD Distribución S.A.

Atentamente,

**Lic. Daniel Morales**  
**Gerente General**



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

## **DEDICATORIAS**

Son interminables los nombres de personas que de una u otra forma se vieron involucrados en mi formación académica.

### **A DIOS TODOPODEROSO:**

En primer lugar por darme la vida y la oportunidad de llegar a la realización de un sueño tan anhelado. Gracias por no abandonarme nunca, por ser la fuente de inspiración y el motor de mi vida.

### **A MI PADRE: (\*QEPD)**

Por sus sabios consejos, y ser un ejemplo a seguir. Como quisiera que estuviera con vida para compartir este triunfo. Lo amo y extraño.

### **A MI MADRE:**

Por su gran amor. Por darme su apoyo incondicional, y por ser mí guía en el camino de la vida. Gracias madre por haberme hecho un hombre de bien. Este triunfo se lo dedico a usted.

### **A MI ESPOSA:**

Por su cariño, comprensión y paciencia para que pudiera cerrar un ciclo en el área académica.

### **A MIS HERMANOS:**

Migdalia Yusela, Wualfer Rafael, Jonathan David, Miltón José y Nayeli Sarahí: Porque sé que puedo contar con ustedes para mis proyectos.

### **A MI SUPERVISORA:**

Licda. Sandra Nohemí Hernández y Hernández, por su apoyo durante este proyecto. Mil gracias por su orientación y tiempo brindado.

### **A MIS REVISORES Y EXAMINADORES:**

Por guiarme de la mejor manera al final de este trabajo de investigación.  
Por brindarme su apoyo y tiempo.

**A PD DISTRIBUCIÓN S.A.:**

Por el gran apoyo y brindarme la oportunidad de realizar mi EPS en sus instalaciones.

**A UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA:**

Por ser la casa de estudios que me dio la oportunidad de ser un profesional universitario. Prometo honrarte y demostrar mi calidad humana y servicio a la sociedad guatemalteca. Por siempre ¡Orgullosamente sancarlista!

## INDICE

RESUMEN	I
INTRODUCCIÓN	II
JUSTIFICACIÓN	III
<b>CAPÍTULO I</b>	
1. DIAGNÓSTICO	1
1.1. Objetivos del Diagnostico	1
1.1.1. Objetivo General	1
1.1.2. Objetivos Específicos	1
1.2. La Institución	1
1.2.1. Ubicación Geográfica	1
1.2.2. Antecedentes	1
1.2.3. Historia	2
1.2.4. Departamentos	3
1.2.5. Organigrama	4
1.3. Metodología	5
1.3.1. Descripción del Método	5
1.3.2. Tipos de métodos	5
1.3.3. Metodología Cuantitativa	6
1.3.4. Método Cualitativa	6
1.3.5. Metodología Mixta	7
1.3.6. Técnicas e Instrumentos de Recolección	7
1.3.7. Técnicas	8
1.3.8. Observación	8
1.3.9. Entrevistas	9
1.3.10. Encuesta	9
1.3.11. Comunicación organizacional	10
1.3.12. Clima laboral	10
1.3.13. Herramientas digitales	11
1.4. Cronograma del Diagnóstico	12
1.5. Radiografía de la institución	13
1.5.1 FODA	13
1.6. Recopilación de Datos	13
1.6.1. Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas	14
<b>CAPÍTULO II</b>	
2. Plan de Comunicación	19
2.1. Antecedentes comunicacionales	19
2.2. Objetivos de Comunicación	19
2.2.1. Objetivo General	19
2.2.2. Objetivos Específicos	19
2.3. Público Objetivo	20



2.4. Mensaje	21
2.5. Estrategias y Acciones	21
<b>CAPÍTULO III</b>	
3. Informe de Ejecución	22
3.1. Proyecto Desarrollado	22
3.1.1. Financiamiento	22
3.1.2. Presupuesto ejecutado	22
3.1.3. Beneficiarios	22
3.1.4. Recursos humanos	22
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción	22
3.2. Estrategias y acciones	23
3.3. Cronograma de actividades	28
3.4. Control y seguimiento	29
Conclusiones	30
Recomendaciones	31
Glosario de términos	32
Bibliografía	35
Egrafía	35
ANEXOS	36
Modelo de encuesta I	36
Modelo de encuesta II	37
Actuales órdenes de trabajo en la empresa	38
Nueva orden de trabajo pedido nuevo	39
Nueva orden de trabajo para reparaciones	40
Trifoliales de bienvenida	41
Guías de procedimientos para colaboradores	42
Ficha de registro del control de horas de práctica	43
Fotografías	44



## Resumen

**Nombre de la Institución:** PD Distribución S.A.

**Nombre del Proyecto:** Estrategias para fortalecer la comunicación interna en el departamento de bodega.

### **Objetivos del Proyecto:**

**General:** -Realizar estrategias de comunicación interna en el departamento de bodega en la empresa PD Distribución S.A.-

### **Específicos:**

- Establecer los procesos comunicativos que existen dentro del departamento de bodega.
- Determinar las funciones de los colaboradores dentro del proceso de comunicación que actualmente tienen.
- Revisar el proceso de información para nuevos colaboradores.
- Analizar la comunicación organizacional.

### **Sinopsis**

El presente Informe Final de EPS de Licenciatura, Estrategias de comunicación interna que se realizó en el departamento de bodega de la empresa PD Distribución, S.A., consta de tres capítulos. El cual se realizó durante el presente año (2018).

El objetivo primordial de este proyecto es reforzar la comunicación interna y mejorar la utilización de los mecanismos de comunicación interna, además de implementar el material de bienvenida para los nuevos colaboradores, así como la elaboración de guías de procedimientos internos.

## **Introducción**

La comunicación es fundamental en la sociedad, derivado a que los seres humanos por excelencia son sociables, y necesitan de otras personas para comunicarse, expresar sus ideas y pensamientos, es por ello que la comunicación interna dentro de las empresas es primordial para la solución de conflictos o para agilizar la productividad.

En este proyecto de comunicación interna que se realizó al departamento de bodega de la empresa PD Distribución, S.A., se deja constancia de los procesos comunicativos.

Dentro de las estrategias se realizaron capacitaciones, elaboración de nuevos órdenes de trabajo. Las acciones que se ejecutaron fueron implantación del material de bienvenida para los nuevos colaboradores, manual de procedimientos internos, charlas motivacionales, además de enmarcación de la filosofía empresarial.

## **Justificación**

En este informe final de Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura de Ciencias de la Comunicación, se analizó la comunicación interna en el departamento de bodega de la empresa PD Distribución, S.A.

En el presente informe se revisaron las prácticas de comunicación interna existentes, y como han funcionado entre los colaboradores.

Dado que la aplicación de la comunicación interna, es una buena herramienta para la mediación y análisis de la situación comunicacional de los colaboradores y los mandos medios de la empresa.

El propósito es consolidar una herramienta y una metodología de acción como parte fundamental para la empresa y con ello, mejorar la calidad comunicacional dentro de la misa para tener buenos resultados.

## Capítulo I

**1. Diagnóstico:** “Diagnóstico de comunicación interna en el departamento de bodega en la empresa PD Distribución S.A.”

### 1.1. Objetivos del diagnóstico

**1.1.1. Objetivo General** ---Realizar un diagnóstico de comunicación interna en el departamento de bodega en la empresa PD Distribución S.A.---

#### 1.1.2. Objetivos Específicos

- Establecer los procesos comunicativos que existen dentro del departamento de bodega.
- Determinar las funciones de los colaboradores dentro del proceso de comunicación que actualmente tienen.
- Revisar el proceso de información para nuevos colaboradores.
- Analizar la comunicación organizacional.

### 1.2. La Institución: PD Distribución S.A.

**1.2.1. Ubicación:** Km 14 carretera a El Salvador Centro Comercial Gran Plaza, Ofibodega 107.

**1.2.2. Antecedentes:** La empresa no cuenta con antecedentes de estudios previos de comunicación.

**1.2.3. Historia:** En 2010, PD Distribución S.A. inició sus labores en una vivienda con siete personas teniendo como objetivo distribuir a nivel nacional reconocidas marcas de teléfonos móviles. Para el 2011, contaba ya con 40 colaboradores, que estaban al servicio de la empresa.

Durante el 2013 con la distribución de la marca “Plum”, la cual no fue aceptada por los clientes, porque trajo consigo muchos reclamos, generando a la empresa tenga un recorte en sus colaboradores.

Derivado de la mala experiencia de la inconformidad de los clientes, en el 2014, uno de los socios opto por crear una marca propia, y es en ese año cuando sale al mercado las marcas “Eko y Solé”.

Ya con Eko y Solé en el mercado en el 2015 retoma lo que en un inicio había sido el fuerte de la empresa que era la distribución de otras marcas de teléfonos móviles, al cierre de ese año, ya se cuenta con la colaboración de 23 personas.

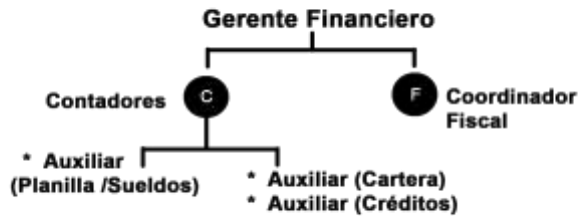
En 2016, se tienen 13 modelos diferentes de sus propias marcas, y se abren nuevas rutas de distribución.

Un nuevo crecimiento se da en 2017, porque se invierten en la apertura de tiendas para la comercialización de teléfonos móviles, y se cuenta con 22 modelos diferentes de Eko y Solé, además de continuar con la distribución de las marcas Samsung y Huawei. También se dio un crecimiento en el número de colaboradores, al cierre de ese año ya se contabilizan 70 personas en toda la empresa.

*(Fuente entrevista no estructurada al Gerente General Daniel Morales).*

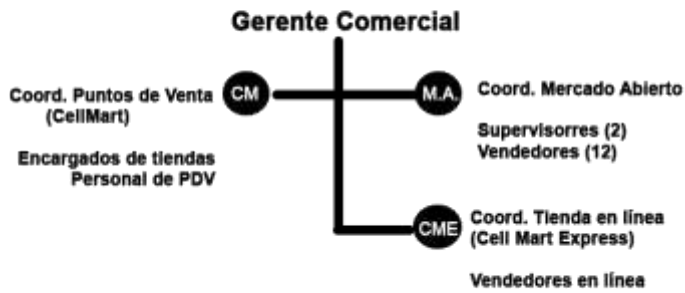
## 1.2.4. Departamentos:

### Equipo de Finanzas



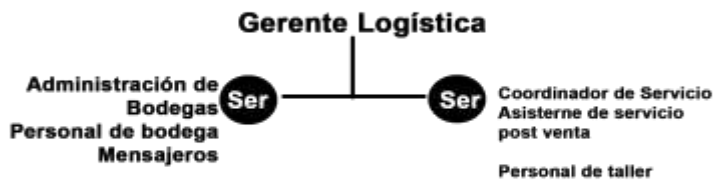
Fuente: Empresa PD Distribución S.A.

### Equipo Comercial



Fuente: Empresa PD Distribución S.A.

### Equipo de Logística



Fuente: Empresa PD Distribución S.A.





### **1.3. Metodología:**

**1.3.1. Descripción del Método.** Según Gabriel Alfredo Piloña 2018 *“Es el procedimiento para alcanzar un objetivo. Lo que permite ordenar una actividad determinada. Es un camino (guía) para alcanzar un fin; o un proceso lógico para lograr un objetivo”*.

Para Hernández Sampieri, 2018 *“La investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema”*

La metodología es una guía detallada o pasos a seguir, para lograr los objetivos de una investigación. Una herramienta fundamental es la metodología a través de ella se puede alcanzar los objetivos trazados en la investigación.

**1.3.2. Tipos de Metodología.** Hernández Sampieri 2018 *“Las investigaciones se originan de ideas, sin importar que habremos de seguir. Las ideas construyen el primer acercamiento a la realidad objetiva (desde la perspectiva cuantitativa), a la realidad subjetiva (desde la aproximación cualitativa) o a la realidad intersubjetiva (desde la óptica mixta) que habrá de investigarse”*.

Por su parte Gabriel Alfredo Piloña 2018 lo describe de la siguiente manera: *“En los últimos años se han enfrentado dos corrientes filosóficas en cuanto a qué esquemas son más ventajosas y útiles a los propósitos de un estudio o investigaciones. Estos esquemas, corrientes o enfoques son: Cuantitativa, cualitativa y mixtos”*.

Sin importar lo que se busca, se debe tener en cuenta que existen tres tipos de metodología que se pueden utilizar en una investigación y de las mismas se pueden aplicar de manera individual (cuantitativa, cualitativa) o bien se pueden utilizar en conjunto (mixtas), en esta última se aplican las dos.

**1.3.3. Metodología cuantitativa.** Definición: El autor Hernández Sampieri 2018, lo define de la siguiente manera: *“El enfoque cuantitativo es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar” o eludir pasos”*.

Según Gabriel Alfredo Piloña, 2018 *“Pone énfasis en la recolección de datos con instrumentos que faciliten el acopio, el ordenamiento la codificación sumarización y el análisis estadístico de los mismos”*.

En este tipo de metodología se busca información que tenga una secuencia, poniendo atención en la recolección de datos con la utilización de instrumentos que puedan facilitar el ordenamiento, para realizar un análisis estadístico.

**1.3.4. Metodología cualitativa.** Definición: De acuerdo con Hernández Sampieri 2018 *“El enfoque cualitativo también se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de los datos”*.

Gabriel Alfredo Piloña, 2018 *“Propone ideas y preguntas previas sobre el entorno, las condiciones explicativas e implicativas del medio o contexto en el que se desarrolla el fenómeno considerando el grado de influencia en el mismo”*.

Con la metodología cualitativa el investigador busca crear una idea de las cualidades de lo que está investigando, tomando en cuenta el contexto en el que se desarrolla el fenómeno o situación que se está analizando.

**1.3.5. Metodología mixta.** Definición: Para el autor Gabriel Alfredo Piloña 2018, *“Este tipo de investigaciones reúne la ventajas de ambos ya que, sin perder las ventajas de cuantificar los datos toma en cuenta los aspectos cualitativos del fenómeno”*.

Mientras que Hernández Sampieri 2018 lo describe como: *“Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de los datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencia producto de toda información recabada”*.

Considerando que ambas metodologías se complementan es decir una de la otra y al momento de presentar los resultados ambas están íntimamente ligadas, este tipo de metodología puede ser útil para realizar una investigación, pero la misma dependerá del investigador, ya que él es quien decide que metodología utilizar.

**1.3.6. Técnicas e instrumentos de recolección** Definición: Según el autor Gabriel Alfredo Piloña 2018 *“Conjunto de máquinas, así también de sistemas u medios de dirigir, recolectar, conservar, reelaborar y retransmitir energía y datos. Todo ello creado con vistas a la producción, a la investigación, etc., es el conjunto de reglas y operaciones para el manejo de la investigación”*.

El autor Hernández Sampieri 2018, indica que *“El investigador es quien, mediante diversos métodos o técnicas, recoge los datos (él es quien observa, entrevista, revisa documentos conduce sesiones, etc.)”*.

Al igual que en la metodología queda a criterio del investigador utilizar las diferentes técnicas e instrumentos para realizar una investigación y poder llegar a una conclusión final.

**1.3.7. Técnicas Definición:** De acuerdo con Gabriel Alfredo Piloña 2018, *“Técnica son las herramientas que permiten resolver el problema metodológico de la investigación, para comprobar o refutar una hipótesis. La técnica, instrumentaliza, estandariza, aplica métodos y sistemas”*.

Reynerio, 2018 *“Las técnicas son los mecanismos y maneras de recorrer el camino del método, las practicas consistentes y reflexivas para la actividad que se realiza”*.

Las técnicas son las herramientas que el investigador utiliza para resolver, o comprobar las dudas que surgen durante investigación, además de considerarlas como los mecanismos a utilizar en todo el proceso investigativo.

**1.3.8. Observación:** Según Gabriel Alfredo Piloña 2018 *“La observación no depende del sentido de la vista; más bien es la ‘visión’ integral y resumida que el investigador obtiene del fenómeno, derivado de la aplicación de todos los sentidos y por el razonamientos lógico y practica del fenómeno investigado, que le permite obtener más, que la simple suma de lo generado por sus sentidos tradicionales”*.

Tamayo y Tamayo, 2018 *“Es la más común de las técnicas de investigación; la observación sugiere y motiva los problemas y conduce a la necesidad de la sistematización de datos”*.

Dentro de las investigaciones una de las técnicas que más se utiliza es la observación, pero no se limita solamente a la vista, el investigador debe de poner todos sus sentidos para obtener un sentido lógico, en la presente investigación, esta es una técnica que se puso en práctica.

**1.3.9. Entrevistas:** Según Gabriel Alfredo Piloña 2018 *“Proceso por medio del cual dos o más personas entran en estrecha relación verbal, con el objeto de obtener información fidedigna y confiable sobre todo o algún aspecto del fenómeno que se estudia”*.

Para el autor Tamayo y Tamayo, 2018, *Podemos decir que la entrevista es la relación directa establecida entre el investigador y su objeto de estudio a través de individuos o grupos con el fin de obtener testimonios orales”*.

Otra de las técnicas que es muy útil en las investigaciones es la entrevista, es decir el contacto directo con las personas para obtener información, las entrevistas pueden ser estructuradas o no, es decir si son elaboradas previamente o se dan en una conversación normal, en la presente investigación no se elaboran, se dieron en una conversación normal con el gerente general.

**1.3.10. Encuesta:** Para Gabriel Alfredo Piloña 2018, *“Es la técnica mediante la cual se adquiere información de un grupo o parte de la población a la que se le denomina muestra. Consiste en indagar o interrogar a determinadas personas, a través de un cuestionario”*.

Tamayo y Tamayo, 2018, *“El cuestionario contiene los aspectos del fenómeno que se consideran esenciales; permite además aislar ciertos problemas que nos interesan principalmente; reduce la realidad a cierto número de datos esenciales y precisa el objeto de estudio”*.

Con la técnica de la encuesta se obtiene información de un grupo de la población, ya que la misma se realiza a una parte o a la mayoría. En la presente investigación se utilizó esta técnica.

**1.3.11. Comunicación organizacional:** *“Es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre la misma organización y su medio”.*

(<https://www.gestiopolis.com/conceptos-de-comunicacion-organizacional/>, s.f.)

*“Conjunto de acciones, procedimientos y tareas que se llevan a cabo para transmitir o recibir información a través de diversos medios, métodos y técnicas de comunicación interna y externa con la finalidad de alcanzar los objetivos de la empresa u organización”.*

(<https://www.significados.com/comunicacion-organizacional/>, s.f.)

La comunicación organizacional es el conjunto de procesos y herramientas que se utilizan dentro de una empresa u organización para comunicarse, para agilizar la productividad y mejorar el servicio al cliente.

**1.3.12. Clima laboral:** *“No es otra cosa el medio en el que se desarrolla el trabajo cotidiano. La calidad de este clima influye directamente en la satisfacción de los trabajadores y por lo tanto en la productividad empresarial”.*

(<https://www.emprendepyme.net/que-es-el-clima-laboral.html>, s.f.)

*“Se entiende el conjunto de cualidades, atributos o propiedades relativamente permanentes de un ambiente de trabajo concreto que son percibidas, sentidas o experimentadas por las personas que componen la organización empresarial y que influyen sobre su conducta”.*

(<https://www.gestiopolis.com/clima-laboral/>, s.f.)

El clima laboral es el ambiente que tienen los colaboradores, o las condiciones con las que cuentan para que su desarrollo se vea reflejado en la atención al cliente final de un producto.

**1.3.13. Herramientas digitales:** *“Todos los recursos de software (algunos incluyen en su definición al hardware que contiene este software) presentes en computadoras y dispositivos relacionados, que permite realizar o facilitar todo tipo de actividades”.*

Sigue *“Las herramientas digitales permiten facilitar la interacción del hombre con la tecnología. Mientras más fácil sea de utilizar, más gente podrá emplear la herramienta en sus quehaceres diarios o profesionales”.*

([http://www.alegsa.com.ar/Dic/herramientas\\_digitales.php](http://www.alegsa.com.ar/Dic/herramientas_digitales.php), s.f.)

Las herramientas digitales son todos aquellos dispositivos electrónicos (teléfonos, computadoras, tabletas u otros dispositivos) que se utilizan para interactuar con otras personas que no están cerca y esta interacción se puede dar en el mismo instante.



#### 1.4. Cronograma del Diagnóstico:

Actividad	Enero	Enero	Enero	Enero	Enero	Febrero	Febrero	Febrero	Febrero
Semana	1	2	3	4	5	1	2	3	4
Propedéutico									
Entrega de carta									
Observación									
Asesoría									
Recopilación de información									
Aplicación de instrumento									
Vaciado de datos									
Entrega de informe									

Elaboración Erik Ramírez. Fuente: Obtenido de <http://tugimnasiacerebral.com/herramientas-de-estudio/como-crear-un-diagrama-de-gantt-en-excel>.

## **1.5. Radiografía de la institución:**

### **1.5.1. FODA**

- **Fortalezas:**

- Los colaboradores se comunican entre sí, y con los mandos medios de la empresa, utilizan diferentes herramientas tecnológicas, además tienen acceso a las aplicaciones en sus teléfonos móviles.
- Cuenta con un buen ambiente laboral
- Las instalaciones están bien iluminadas que hacen que se pueda trabajar con luz artificial.

- **Oportunidades:**

- El acceso que tienen a la tecnología, permite que se les brinde asesoría o inducción sobre temas de cómo mejorar la comunicación interna, y no precisamente debe ser presencial.
- El grupo de colaboradores es regularmente joven, entre las edades comprendidas de los 23 a 35 años.
- El grupo de colaboradores está en la disponibilidad de poder aprender para mejorar trabajo final.

- **Debilidades:**

- Se puede observar que no todos los colaboradores tienen bien claro cuál es la vía de comunicación entre ellos y los mandos medios.
- El horario de trabajo puede limitar que no todos puedan recibir la inducción o capacitación, ya que hay quienes no permanecen en las instalaciones.
- Al momento de ser contratados no se le da una inducción sobre las políticas y funciones de la empresa.

- **Amenazas:**

- El recorte de personal por despido o retiro voluntario se amenaza que no concluyan con el procedimiento de fortalecer la comunicación interna.
- Que algunos de los colaboradores tengan resistencia a mejorar la comunicación interna.
- La no continuidad de las acciones que se presenten para continuar con el proceso de comunicación interna.

**1.6. Recopilación de datos:** A continuación trasladamos el resultado de la encuesta realizada a 20 colaboradores de la PD Distribuciones S.A. en el departamento de bodega.

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

**Gráfica 1**



Fuente: Erik Onelio Ramírez

Interpretación: En esta pregunta 18 personas respondieron conocer el procedimiento de comunicación interna y esto representa un 90 por ciento y dos personas respondieron que no, representando un diez por ciento.

**Gráfica 2**



Fuente: Erik Onelio Ramírez

Interpretación: En esta pregunta 18 personas respondieron conocer el procedimiento de comunicación interna y esto representa un 90 por ciento y dos personas respondieron que no, representando un diez por ciento.

**Gráfica 3**



Fuente: Erik Onelio Ramírez

En esta pregunta 18 personas respondieron conocer el procedimiento de comunicación interna y esto representa un 90 por ciento y dos personas respondieron que no, representando un diez por ciento.

**Gráfica 4**



Fuente: Erik Onelio Ramírez

En esta cuestionante se dieron varias respuestas quedando de la siguiente manera: WhatsApp 15, significando un 32 por ciento, Correo electrónico 12, 25 por ciento. A pesar que solo eran herramientas tecnológicas mencionaron de manera verbal 12, dando un 26 por ciento, y en otras formas de comunicación 8, entre las que se puede mencionar memos, o de manera impresa, representando un 17 por ciento.

**Gráfica 5**

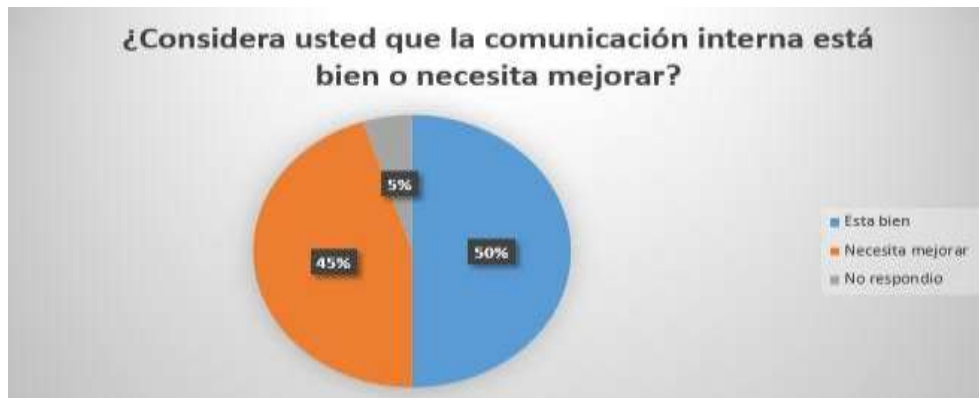


Fuente: Erik Onelio Ramírez

Interpretación: Las respuestas fueron las siguientes: WhatsApp 11, Correo electrónico 7 Teléfono 4. Aunque estas no son herramientas tecnológicas 9 personas respondieron que lo hacen de manera verbal, 2 personas indicaron que utilizan otro medio como el Memo, y una persona no respondió.

WhatsApp tiene un 32 por ciento, Correo electrónico 21 por ciento, 12 por ciento, verba, 26 por ciento, otras formas seis por ciento, y una personas no respondió que representa u tres por ciento.

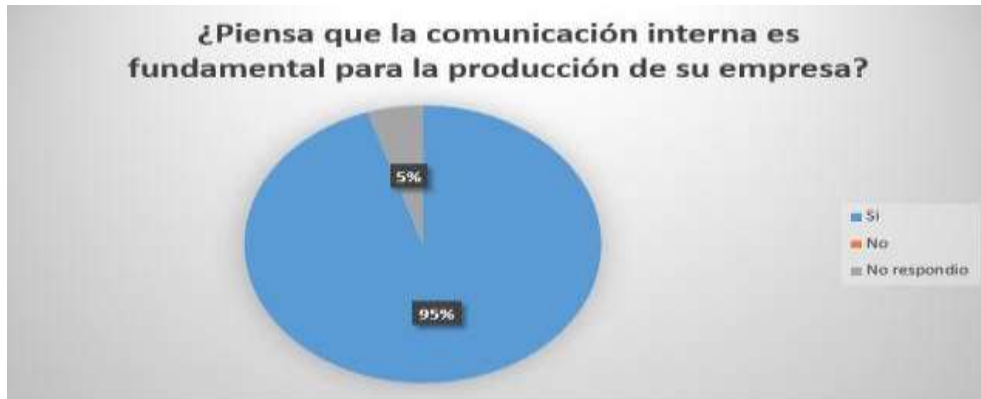
**Gráfica 6**



Fuente: Erik Onelio Ramírez

Interpretación: Las respuestas fueron las siguientes: diez dijeron que está bien, y esto representa un 50 por ciento, nueve indicaron que necesita mejorar, lo que significa un 45 por ciento y una no respondió, esto equivale a un cinco por ciento.

**Gráfica 7**



Fuente: Erik Onelio Ramírez

Interpretación: En esta pregunta respondieron de la siguiente manera; 19 respondieron sí el equivalente a un 95 por ciento, una persona no respondió y eso es un equivalente a un cinco por ciento.

**Gráfica 8:**



Fuente: Erik Onelio Ramírez

Interpretación: Ante esta pregunta las respuestas fueron las siguientes: 19 respondieron sí el equivalente a un 95 por ciento, una persona no respondió y eso es un equivalente a un cinco por ciento.

Entre los comentarios mencionaron que es al jefe inmediato.

**Gráfica 9**



Fuente: Erik Onelio Ramírez

Interpretación: En esta pregunta 16 personas respondieron que sí esto representa un 80 por ciento, dos indicaron que parcialmente sí existe, esto representa un diez por ciento, una persona respondió que no, lo que equivale a un cinco por ciento, y una persona dijo que no esto es el equivalente a un cinco por ciento.

**Gráfica 10**



Fuente: Erik Onelio Ramírez

Interpretación: En esta pregunta las respuestas fueron de la siguiente manera: 15 respondieron que sí, esto representa un 75 por ciento, tres indicaron que no, esto representa un 15 por ciento, una persona dijo que regular, esto hace un cinco por ciento y una persona no respondió esto presenta un cinco por ciento.

## Capítulo II

### 2. Plan de Comunicación

**2.1. Antecedentes:** En el departamento de bodega en la empresa PD Distribución S.A. no se ha realizado un estudio de comunicación con anterioridad.

### 2.2. Objetivos de comunicación

**2.2.1 Objetivo General** --Presentar un plan de comunicación interna en el departamento de bodega en la empresa PD Distribución S.A –

### 2.2.2 Objetivos específicos

---Capacitar a los colaboradores en los diferentes procesos de comunicación interna en el departamento de bodega en la empresa PD Distribución S.A.---

Implementación de material de bienvenida para nuevos colaboradores.

Optimizar el clima laboral entre los colaboradores de la empresa.



**2.3. Público Objetivo:** PD Distribución es una empresa guatemalteca que distribuye teléfonos celulares de diferentes marcas reconocidas así como sus marcas propias.

Las personas que trabajan son con un perfil en su mayoría joven cómo público interno y externo jóvenes y adultos.

**Público externo**

Variable demográfica	Variable pictográfica
<p><b>Edad:</b> de 15 a 70 años</p> <p><b>Género:</b> femenino y masculino</p> <p><b>Nivel de educación:</b> media y superior</p> <p><b>Ocupación:</b> estudiantes y trabajadores</p> <p><b>Clase social:</b> media – alta</p> <p><b>Estado:</b> solteros y casados</p>	<p><b>Estilo de vida:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Académicos</li> <li>• Exigentes</li> <li>• Digitales</li> <li>• Profesionales</li> <li>• Persuasivos</li> </ul> <p><b>Personalidad:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Extrovertidos</li> <li>• Sociables</li> <li>• Modernos</li> <li>• Carácter fuerte</li> </ul> <p><b>Actitudes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Iniciativa</li> <li>• Expertos</li> <li>• Inexpertos</li> <li>• Poca accesibilidad</li> <li>• Poca disponibilidad</li> </ul>
Variable Geográfica	Variable Sociocultural
<p><b>Ciudad:</b> Guatemala</p> <p><b>Población:</b> Urbana y Rural</p>	<p><b>Cultura:</b> Guatemalteca</p> <p><b>Clase Social:</b> media – alta</p>

**2.4. Mensaje:** Es el elemento que se quiere comunicar a los colaboradores de la empresa, las propuestas son las siguientes:

- “Tu ayuda cuenta en PD Distribución”
- “Nuestros teléfonos acercan a las personas”
- “Esforzándonos cada para nuestros clientes”
- *“PD Distribución S.A. trabajamos mejor en equipo”*

La propuesta final es:

*“PD Distribución S.A. trabajamos mejor en equipo”*

## 2.5. Estrategias y acciones

<b>Estrategias</b>	<b>Acciones</b>	<b>Objetivos</b>
Capacitaciones	Trifoliales	Para que los nuevos colaboradores conozcan los objetivos de la empresa y la historia de la misa.
Capacitaciones	Charla motivacional	Para fortalece el trabajo en equipo, y crear un mejor clima laboral.
Capacitaciones	Manuales de procedimientos internos	Una guía a seguir en las diferentes órdenes de trabajo.
Filosofía empresarial	Enmarcación	Para que los colaboradores y visitantes vean el porqué de la empresa
Ordenes de trabajo	Elaborarlas	Para tener un mejor control de las ordenes que ingresan, hasta el momento que se le entrega al cliente

## Capítulo III

### 3. Informe de ejecución

**3.1. Proyecto desarrollado:** “Estrategias de para fortalecer la comunicación interna en el departamento de bodega en la empresa PD Distribución S.A.”

#### 3.1.1. Financiamiento:

El financiamiento fue cubierto en su mayoría por el epesista y también se dieron algunas donaciones.

#### 3.1.2. Presupuesto ejecutado:

A continuación se detalla el presupuesto ejecutado.

Cantidad	Actividad o Material	Costo	Financiamiento
1	Asesoría comunicacional	Q 12,000.00	Epesista
1	Charla de trabajo en equipo	Q 1,500.00	Donación
20	Guías de procedimiento interno	Q 1,200.00	Epesista
3	Enmarcaciones de filosofía empresarial	Q 900.00	Epesista
25	Trifoliales de bienvenida impresos a cuatro colores	Q 800.00	Epesista
24	Coffe Brake	Q 500.00	Donación
1	Diseño de guía para colaboradores	Q 450.00	Epesista
1	Diseño de trifoliar	Q 150.00	Epesista
	<b>Total</b>	<b>Q 17,500.00</b>	

**3.1.3. Beneficiarios:** Los colaboradores de la empresa PD Distribución S.A.”, que se encuentran en asignados a la bodega.

**3.1.4. Recursos humanos:** Los colaboradores de la empresa PD Distribución S.A.

**3.2. Áreas Geográficas de Acción:** Kilómetro 14 de carretera a El Salvador, Centro Comercial Gran Plaza, Ofibodega 107.

### 3.3. Estrategia y acciones

- **Trifoliales informativos:**

Para nuevos o futuros colaboradores de la empresa.

- **Objetivo comunicacional:**

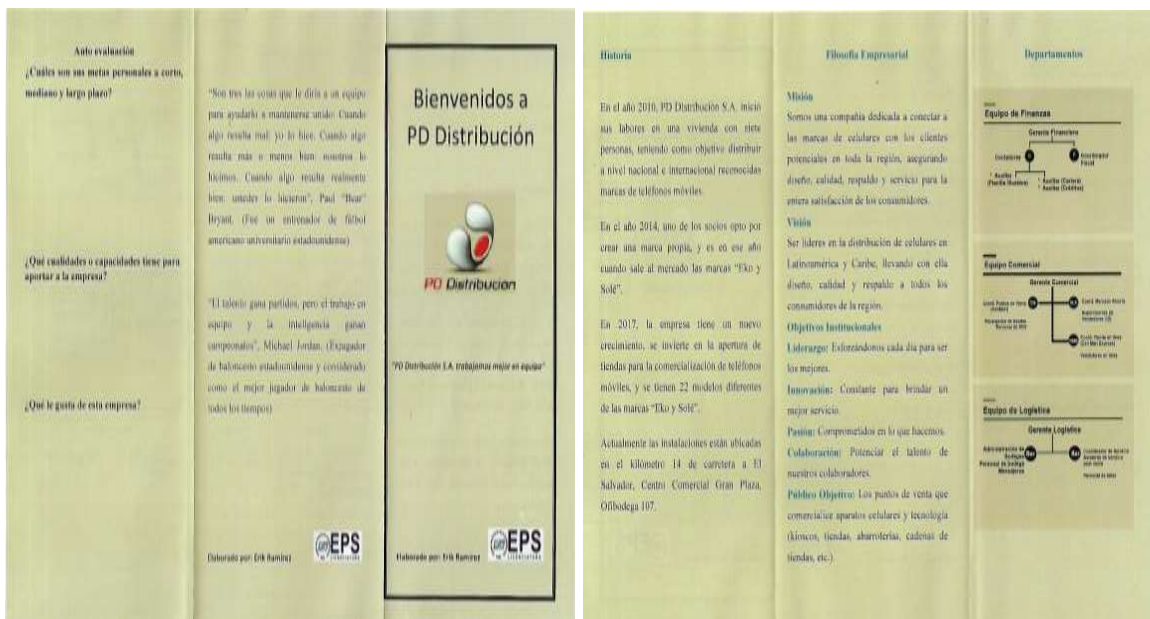
Informar a nuevos o futuros colaboradores de la empresa sobre la historia y los objetivos.

- **Descripción:**

Se imprimieron Trifoliales de bienvenida para los nuevos o futuros colaboradores de la empresa, donde se detalla la historia y la filosofía empresarial.

- **Acciones desarrolladas:**

A los actuales colaboradores de la empresa se les hizo entrega, para que ellos conozcan sobre la filosofía empresarial. Esto se realizó porque ellos no recibieron una inducción de bienvenida.



Portada e interior de los trifoliales de bienvenida para los nuevos colaboradores de la empresa. (Ver en anexos más amplio)

- **Guías de procedimientos para empleados:**

Para que cada colaborador de la empresa.

- **Objetivo comunicacional:**

Divulgar el rol de trabajo de cada colaborador

- **Descripción:**

Se imprimieron guías de procedimientos internos para que cada colaborador conozca los pasos a seguir en determinadas órdenes de trabajo.

- **Acciones desarrolladas:**

Se hizo entrega a cada colaborador para que ellos tengan conocimiento que el procedimiento a seguir no es el mismo en una pedido nuevo que en una garantía



Portada, contraportada e índice de las guías prácticas que fueron entregadas a los colaboradores de la empresa. Para el procedimiento de las diferentes órdenes de trabajo. (Ven en anexos más amplio)

- **Charla de trabajo en equipo:**

Impartida por el comunicador Roberto García.

- **Objetivo comunicacional:**

Mejorar el clima laboral

- **Descripción:**

Se realizó para que cada colaborador tenga conocimiento que es mejor trabajar en equipo y así tener mejores resultados.

- **Acciones desarrolladas:**

Se invitó al comunicador Roberto García para que compartiera su experiencia sobre el trabajo en equipo y como es que influye para tener mejores resultados.



El comunicador Roberto García compartiendo con los trabajadores de la empresa PD Distribución S.A. su experiencia de cómo trabajar en equipo, en la misma aparece el epesista Erik Onelio Ramírez Escobar

- Nuevas ODT (Ordenes de Trabajo):**

Para control y seguimiento a las diferentes órdenes de trabajo

- Objetivo comunicacional:**

Darle continuidad a los pedidos que realizan los clientes

- Descripción:**

Se elaboraron y diagramaron nuevas ODT, donde se detalla cada paso que siguen las diferentes órdenes de trabajo.

- Acciones desarrolladas:**

En las ODT se detalla por separado cuando es un pedido nuevo de teléfonos, o es una reparación y si es con costo que cubre el cliente o una garantía.

Ordenes de trabajo para pedidos de teléfonos nuevos			
Número de orden:		Fecha:	
<b>1. Datos Generales</b>			
Nombre del cliente:	NIT:	Código de Cliente	
Dirección:	Capital	Departamento	
Teléfono:	Correo electrónico:		
Vendedor:			
Crédito:	Autorizado:	Si	No
Autorizado por:			
Pago al Contado o contra entrega:	Si	No	
<b>2. Datos del pedido</b>			
Marca	Modelo	Cantidad	
		Total del pedido:	
Empacado por:			
Fecha:			
<b>3. Datos del envío</b>			
Fecha de envío:			
Fecha de entrega al cliente:			
Mensajero de la empresa	Cargo Expreso	Unidad de la empresa	
Piloto:	Placa	Piloto:	
<b>4. Cobro al cliente:</b>			
Llamada realizada por:			
Visita realizada por:			
Pago a vendedor:	Recibo de caja número:		
Deposito:	Boleta número:	Banco:	
Fecha de Cobro:			

Ordenes de trabajo para reparaciones			
Número de orden:		Fecha:	
<b>1. Datos Generales</b>			
Nombre del cliente:			
Dirección:			
Teléfono:	Correo electrónico:		
Recibido por:			
Vendedor:	Tienda	Oficinas centrales	
Reparación	Garantía		
Marca	Modelo	Serie	Referencia/Color
<b>2. Datos de la reparación</b>			
Diagnóstico:			
Se le informa al cliente	Si	NO	
Reparación:			
Días estimados para la reparación			
Técnico:			
<b>3. Datos de la entrega</b>			
El cliente realiza pago	Si	No	
Datos del depósito	Boleta número:	Banco:	
Fecha de envío:			
Se envía con: Mensajero	Cargo Expreso	Recepción	
Nombre:	Placa:	Nombre:	
Fecha de salida:	Fecha de entrega:		
Servicio Post-garantía:			
Nombre de quién llamó al cliente:			

Nuevas órdenes de trabajo para pedidos nuevos o reparaciones, elaboración epesista Erik Onelio Ramírez Escobar. (Ver en anexos más amplias).

- **Enmarcación de filosofía empresarial:**

Para ser visible a colaboradores y visitantes

- **Objetivo comunicacional:**

Mejorar las relaciones públicas.

- **Descripción:**

Se enmarcaron, la misión, visión y filosofía empresarial, para que sea visible tanto a colaboradores como a visitantes.

- **Acciones desarrolladas:**

Se enmarcó y se hizo entrega al Gerente de Logística, de la misión visión y la filosofía empresarial debidamente enmarcada, además que se procedió a la colocación para que se sea visible a los colaboradores y las personas que visiten el departamento de bodega



Guillermo Girón, Gerente de Logística de la Empresa PD Distribución S.A. y el epesista Erik Onelio Ramírez Escobar, frente al lugar donde se instaló la filosofía empresarial



### 3.4. Cronograma de Actividades

Actividad	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto
Primer Etapa Propedéutico								
Segunda Etapa Construcción del Diagnostico								
Tercera Etapa Propedéutico del Plan								
Cuarta Etapa Construcción del Plan de Comunicación								
Quinta Etapa Practica Supervisada								
Sexta Etapa Entrega del Informe Final								

Elaboración Erik Ramírez. Fuente: Obtenido de <http://tugimnasiacerebral.com/herramientas-de-estudio/como-crear-un-diagrama-de-gantt-en-excel>.

### 3.5. Control y seguimiento

<b>Estrategia</b>	<b>Trifoliales informativos</b>	
Objetivo	Indicadores cuantitativos	Indicadores cualitativos
Informar a nuevos colaboradores	Entregar a cada colaborador que ingrese a la empresa, para que conozca historia y filosofía empresarial.	Que el colaborador se sienta identificado con la empresa.

<b>Estrategia</b>	<b>Guías de procedimientos</b>	
Objetivo	Indicadores cuantitativos	Indicadores cualitativos
Divulgar el rol de trabajo de cada colaborador	Informar al colaborador sobre los procedimientos internos en las diferentes órdenes de trabajo.	Mejor control de las diferentes órdenes de trabajo.

<b>Estrategia</b>	<b>Charla de trabajo en equipo</b>	
Objetivo	Indicadores cuantitativos	Indicadores cualitativos
Mejorar el clima laboral	Ofrecer al colaborador una herramienta para que pueda contar con el apoyo de todo el equipo de trabajo.	Mejores resultados en la entrega de los diferentes pedidos, ya sea en teléfonos nuevos o en reparaciones.

<b>Estrategia</b>	<b>Nuevas órdenes de trabajo</b>	
Objetivo	Indicadores cuantitativos	Indicadores cualitativos
Darle continuidad a los pedidos que realizan los clientes	Detallar cada pedido que realizan los clientes y mejorar los controles internos.	Optimizar el tiempo que se dedica a los pedidos o las garantías que ingresan a la empresa.

<b>Estrategia</b>	<b>Nuevas órdenes de trabajo</b>	
Objetivo	Indicadores cuantitativos	Indicadores cualitativos
Mejorar las relaciones públicas	Posicionar la marca entre los colaboradores y visitantes	Mejorar la imagen de la empresa tanto en colaboradores y visitantes.

## **Conclusiones**

Los procesos de comunicación interna dentro del departamento de Bodega en la empresa PD Distribución se deben mejorar.

El clima laboral dentro de los colaboradores es agradable.

La utilización de trifoliales de bienvenida será de utilidad a los nuevos colaboradores, para que conozcan parte de la historia de la empresa.

Las guías de procedimientos internos serán de apoyo a los colaboradores para que conozcan los procesos a seguir para cada una de las órdenes de trabajo.

La implementación de nuevas órdenes de trabajo será de ayuda para darle seguimiento a cada una de ellas desde el pedido hasta la entrega del producto.

La filosofía empresarial enmarca y puesta a la vista de colaboradores y visitantes servirán para identificarla y lo que quiere lograr.

## **Recomendaciones**

Fortalecer el clima laboral dentro de la empresa, los colaboradores indican que tienen un buen ambiente y compañerismo.

A la empresa, brindarles a los colaboradores más capacitación en temas de trabajo en equipo.

Implementar las nuevas órdenes de trabajo, ya que constantemente se debe innovando en las acciones

Brindar a los nuevos colaboradores materiales de bienvenida para que cada uno esté enterado sobre donde está enfocada la empresa.

## Glosario de términos

**Acciones:** tr. Poner en funcionamiento un mecanismo o parte de él, dar movimiento. intr. Hacer movimientos y gestos para dar a entender algo, o acompañar con ellos la palabra hablada o el canto, para hacer más viva la expresión de los pensamientos, deseos o afectos.

**Amenazas:** Del lat. vulg. minacia, y este der. del lat. mina. f. Acción de amenazar. f. Dicho o hecho con que se amenaza.

**Clima Laboral:** El medio en el que se desarrolla el trabajo cotidiano

**Colaboración:** f. Acción y efecto de colaborar. f. Texto escrito por alguien que colabora en un periódico o en una revista.

**Comunicación interna:** Es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido.

**Comunicación organizacional:** Es el conjunto de acciones procedimientos y tareas que se llevan a cabo para transmitir o recibir información a través de diversos medios, métodos y técnicas de comunicación interna y externa con la finalidad de alcanza los objetivos de la empresa u organización.

**Diagnóstico:** Del gr. διαγνωστικός diagnōstikós. adj. Perteneiente o relativo a la diagnosis. m. Acción y efecto de diagnosticar. m. Med. Determinación de la naturaleza de una enfermedad mediante la observación de sus síntomas. m. Med. Calificación que da el médico a la enfermedad según los signos que advierte.

**Debilidades:** Del lat. debilītas, -ātis. f. Falta de vigor o fuerza física. f. Carencia de energía o vigor en las cualidades o resoluciones del ánimo.

**Empresa:** Del it. impresa. f. Acción o tarea que entraña dificultad y cuya ejecución requiere decisión y esfuerzo. f. Unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos. f. Lugar en que una empresa realiza sus actividades. f. Intento o designio de hacer algo. f. Símbolo o figura que alude a lo que se intenta conseguir o denota alguna prenda de la que se hace alarde, acompañada frecuentemente de una palabra o mote.

**Encuesta:** Del fr. enquête, este der. del lat. vulg. \*inquaerēre, y este del lat. in- 'in-1' y quaerēre 'indagar', 'preguntar'. f. Conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa de grupos sociales, para averiguar estados de opinión o conocer otras cuestiones que les afectan. f. Indagación o pesquisa.

**Entrevista:** f. Acción y efecto de entrevistar o entrevistarse. f. Vista, concurrencia y conferencia de dos o más personas en lugar determinado, para tratar o resolver un negocio.

**Estrategias:** Del lat. strategiā 'provincia bajo el mando de un general', y este del gr. στρατηγία stratēgía 'oficio del general', der. de στρατηγός stratēgós 'general'. f. Arte de dirigir las operaciones militares. f. Mat. En un proceso regulable, conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.

**FODA:** Es el estudio de la situación de una empresa u organización a través de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

**Fortalezas:** Del occit. fortalessa. f. Fuerza y vigor. f. Defensa natural que tiene un lugar o puesto por su misma situación.

**Herramientas digitales:** Viene a sustituir todas aquellas herramientas que nos eran funcionales en el mundo tangible y les dan una que otra mejoría.

**Innovación:** Del lat. innovatio, -ōnis. f. Acción y efecto de innovar. f. Creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado.

**Liderazgo:** m. Condición de líder. m. Ejercicio de las actividades del líder. m. Situación de superioridad en que se halla una institución u organización, un producto o un sector económico, dentro de su ámbito.

**Metodología:** Del gr. μέθοδος méthodos 'método' y -logía. f. Ciencia del método. f. Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica o en una exposición doctrinal.

**Metodología cuantitativa:** El enfoque cuantitativo es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar” o eludir pasos.

**Metodología cualitativa:** El enfoque cualitativo también se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de los datos.

**Metodología mixta:** Este tipo de investigaciones reúne la ventajas de ambos ya que, sin perder las ventajas de cuantificar los datos toma en cuenta los aspectos cualitativos del fenómeno.

**Misión:** Del lat. missio, -ōnis. f. Acción de enviar. f. Poder, facultad que se da a alguien de ir a desempeñar algún cometido. f. comisión (ll encargo). f. Comisión temporal dada por un Gobierno a un diplomático o agente especial para determinado fin.

**Objetivos:** adj. Pertenciente o relativo al objeto en sí mismo, con independencia de la propia manera de pensar o de sentir. adj. Desinteresado, desapasionado. adj. Fil. Que existe realmente, fuera del sujeto que lo conoce. adj. Gram. Pertenciente o relativo al objeto directo o al paciente. Del edificio posee interpretación objetiva en la construcción del edificio. adj. Med. Dicho de un síntoma: Que resulta perceptible.

**Observación:** Del lat. observatio, -ōnis. f. Acción y efecto de observar.

**Oportunidades:** Del lat. opportunitas, -ātis. f. Momento o circunstancia oportunos o convenientes para algo.

**Ordenes:** lat. ordināre. tr. Colocar algo o a alguien de acuerdo con un plan o de modo conveniente. Ordena los recibos por fecha. tr. Encaminar y dirigir algo a un fin. Ordenó su actuación a mejorar las condiciones de trabajo. tr. Mandar, imponer, dar orden de algo. Le ordena seguir adelante.

**Pasión:** Del lat. passio, -ōnis, y este calco del gr. πάθος páthos. f. Acción de padecer. f. por antonom. pasión de Jesucristo. f. Lo contrario a la acción. f. Estado pasivo en el sujeto. f. Perturbación o afecto desordenado del ánimo.

**Técnica:** Del lat. mod. technicus, y este del gr. τεχνικός technikós, der. de τέχνη téchnē 'arte'. adj. Pertenciente o relativo a las aplicaciones de las ciencias y las artes. f. Persona que posee los conocimientos especiales de una ciencia o arte. f. Conjunto de procedimientos y recursos de que se sirve una ciencia o un arte.

**Valorar:** De valor. tr. Señalar el precio de algo. tr. Reconocer, estimar o apreciar el valor o mérito de alguien o algo. tr. valorizar (ll aumentar el valor de algo). tr. Quím. Determinar la composición exacta de una disolución.

**Visión:** Del lat. visio, -ōnis. f. Acción y efecto de ver. f. Capacidad de ver (ll percibir con los ojos). Ganó visión al operarse de cataratas. U. t. en sent. fig. Falta de visión política. f. Contemplación inmediata y directa sin percepción sensible. f. Punto de vista particular sobre un tema, un asunto, etc.

## **Bibliografía:**

Piloña, G. A. (2018). Guía Práctica sobre Métodos y Técnicas de Investigación Documentada y de Campo. En G. A. Piloña, *Guía Práctica sobre Métodos y Técnicas de Investigación Documentada y de Campo* (pág. 295). Guatemala: GP Editores.

Ramos, R. V. (2006). Métodos de Investigación Social. En R. V. Ramos, *Métodos de Investigación Social* (pág. 127). Guatemala: Ediciones Mayté.

Sampieri, R. H. (2014). Metodología de la Investigación, Sexta Edición. En R. H. Sampieri, *Metodología de la Investigación, Sexta Edición* (pág. 600). México DF: Interamericana Editores, S. A. DE C.V.

Tamayo, M. T. (1991). El Proceso de la Investigación Científica Fundamentos de Investigación. En M. T. Tamayo, *El Proceso de la Investigación Científica Fundamentos de Investigación* (pág. 117). México: Limusa.

## **E-grafía**

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

<https://es.slideshare.net/TessieAlejo/qu-es-la-comunicacin-organizacional>. (s.f.).

Obtenido de <https://es.slideshare.net/TessieAlejo/qu-es-la-comunicacin-organizacional>.

<https://www.e->

[encuesta.com/r/4x56fmJfEy0VsKvglRM\\_tw/encuesta\\_comunicacion\\_interna](https://www.e-encuesta.com/r/4x56fmJfEy0VsKvglRM_tw/encuesta_comunicacion_interna). (s.f.).

Obtenido de <https://www.e->

[encuesta.com/r/4x56fmJfEy0VsKvglRM\\_tw/encuesta\\_comunicacion\\_interna](https://www.e-encuesta.com/r/4x56fmJfEy0VsKvglRM_tw/encuesta_comunicacion_interna).

<https://www.significados.com/comunicacion-organizacional/>. (s.f.). Obtenido de

<https://www.significados.com/comunicacion-organizacional/>.



## Anexos

### Modelo de encuestas. Elaboración epesista Encuesta I



Responda las siguientes preguntas

1. ¿Conoce usted cuál es el procedimiento de comunicación interna en su departamento?
2. ¿Considera usted que la comunicación interna es buena en su departamento?
3. ¿Existe comunicación constante con su jefe?
4. ¿Qué herramientas o aplicaciones utiliza su jefe para comunicarse con usted?
5. ¿Qué herramientas o aplicaciones utiliza para comunicarse con sus compañeros en cuanto a temas de trabajo?
6. ¿Considera usted que la comunicación interna está bien o necesita mejorar?
7. ¿Piensa que la comunicación interna es fundamental para la producción de su empresa?
8. ¿Cuándo surge un problema sabe con quién se tiene que dirigir?
9. ¿En su departamento existe trabajo en equipo?
10. ¿Las herramientas tecnológicas o aplicaciones que utilizan las puede usar al máximo?

## Encuesta numero dos

**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
**Escuela de Ciencias de la Comunicación**  
**EPS de Licenciatura**  
**Epesista: Erick Ramírez**



A continuación responda las siguientes preguntas

¿Qué le pareció la actividad?

¿Los temas abordados ya los conocía?

¿Considera que los temas abordados son de utilidad para su trabajo? ¿Por qué?


¿Cuáles son sus metas personales a corto, mediano y largo plazo?

¿Qué cualidades o capacidades tiene para aportar a la empresa?

¿Qué le gusta de esta empresa?



**Nueva orden de trabajo pedido nuevo**  
 (Elaboración epesista Erik Onelio Ramírez Escobar)

 <small>PD Distribución</small>	<b>Ordenes de trabajo para pedidos de teléfonos nuevos</b>		
Número de orden:		Fecha:	
<b>1. Datos Generales</b>			
Nombre del cliente:		NIT	Código de Cliente
Dirección:		Capital	Departamento
Teléfono:		Correo electrónico:	
Vendedor:			
Crédito:	Autorizado:	SI	No
Autorizado por:			
Pago al Contado o contra entrega :	SI	No	
<b>2. Datos del pedido</b>			
Marca	Modelo	Cantidad	
		Total del pedido:	
Empacado por:			
Fecha:			
<b>3. Datos del envío</b>			
Fecha de envío:			
Fecha de entrega al cliente:			
Mensajero de la empresa	Cargo Expreso	Unidad de la empresa	
Piloto:	Placa	Piloto:	
<b>4. Cobro al cliente:</b>			
Llamada realizada por:			
Visita realizada por:			
Pago a vendedor :	Recibo de caja número:		
Deposito:	Boleta número:	Banco:	
Fecha de Cobro:			

**Nueva orden de trabajo, para reparaciones.**  
 (Elaboración epesista Erik Onelio Ramírez Escobar)

	<b>Ordenes de trabajo para reparaciones</b>		
Número de oren:		Fecha:	
<b>1. Datos Generales</b>			
Nombre del cliente:			
Dirección:			
Teléfono:	Correo electrónico:		
Recibido por:			
Vendedor	Tienda	Oficinas centrales	
Reparación	Garantía		
Marca	Modelo	Serie	Referencia/Color
<b>2. Datos de la reparación</b>			
Diagnóstico:			
Se le informa al cliente	SI	NO	
Reparación:			
Días estimados para la reparación			
Técnico:			
<b>3. Datos de la entrega</b>			
El cliente realiza pago	Sí	No	
Datos del depósito	Boleta número:	Banco:	
Fecha de envío:			
Se envía con: Mensajero	Cargo Expreso	Recepción	
Nombre:	Placa:	Nombre	
Fecha de salida:	Fecha de entrega:		
Servicio Post-garantía:			
Nombre de quién llamó al cliente:			

## Trifoliales de bienvenida

**Auto evaluación**

¿Cuáles son sus metas personales a corto, mediano y largo plazo?


¿Qué cualidades o capacidades tiene para aportar a la empresa?

¿Qué le gusta de esta empresa?


"Son tres las cosas que le diría a un equipo para ayudarlo a mantenerse unido: Cuando algo resulta mal, yo lo hice. Cuando algo resulta más o menos bien, nosotros lo hicimos. Cuando algo resulta realmente bien, ustedes lo hicieron". Paul "Bear" Bryant. (Fue un entrenador de fútbol americano universitario estadounidense)

"El talento gana partidos, pero el trabajo en equipo y la inteligencia ganan campeonatos". Michael Jordan. (Jugador de baloncesto estadounidense y considerado como el mejor jugador de baloncesto de todos los tiempos)

Elaborado por: Erik Ramirez




**Bienvenidos a PD Distribución**



"PD Distribución S.A. trabajamos mejor en equipo"

Elaborado por: Erik Ramirez



**Historia**

En el año 2010, PD Distribución S.A. inició sus labores en una vivienda con siete personas, teniendo como objetivo distribuir a nivel nacional e internacional reconocidas marcas de teléfonos móviles.

En el año 2014, uno de los socios optó por crear una marca propia, y es en ese año cuando salió al mercado las marcas "Eko y Solé".

En 2017, la empresa tiene un nuevo crecimiento, se invierte en la apertura de tiendas para la comercialización de teléfonos móviles, y se tienen 22 modelos diferentes de las marcas "Eko y Solé".

Actualmente las instalaciones están ubicadas en el kilómetro 14 de carretera a El Salvador, Centro Comercial Gran Plaza, Ofisbodega 107.

**Filosofía Empresarial**

**Misión**  
Somos una compañía dedicada a conectar a las marcas de celulares con los clientes potenciales en toda la región, asegurando diseño, calidad, respaldo y servicios para la entera satisfacción de los consumidores.

**Visión**  
Ser líderes en la distribución de celulares en Latinoamérica y Caribe, llevando con ella diseño, calidad y respaldo a todos los consumidores de la región.

**Objetivos Institucionales**  
**Liderazgo:** Esforzándonos cada día para ser los mejores.  
**Innovación:** Constante para brindar un mejor servicio.  
**Pasión:** Comprometidos en lo que hacemos.  
**Colaboración:** Potenciar el talento de nuestros colaboradores.  
**Público Objetivo:** Los puntos de venta que comercialice aparatos celulares y tecnología (kioscos, tiendas, abarroterías, cadenas de tiendas, etc.)

**Departamentos**

**Equipo de Finanzas**

Gerente Financiero

- Contadores
- Auxiliar (Planilla Sueldos)
- Auxiliar (Cuentas)
- Auxiliar (Débito)
- Coodinador FISCAL

**Equipo Comercial**

Gerente Comercial

- Gerente de Ventas
- Asesor de ventas
- Gerente de Marketing
- Gerente de Atención al Cliente
- Gerente de Servicio al Cliente

**Equipo de Logística**

Gerente Logístico

- Administración de Stock
- Personal de Operación
- Administración de Recursos Humanos
- Administración de Materiales

Portada e interior de los trifoliales de bienvenida para los nuevos colaboradores de la empresa.

## Guías de procedimientos para colaboradores



Portada, contraportada e índice de las guías prácticas que fueron entregadas a los colaboradores de la empresa. Para el procedimiento de las diferentes órdenes de trabajo.

## Ficha de registro del control de horas de práctica



**EPS**  
LICENCIATURA

Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2018



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

**Nombre del Alumno (a):** Erik Onelio Ramírez Escobar  
**No. Carné y DPI:** 200417048 / 1866052850101  
**Jefe o Encargado (a):** Contador Público y Auditor, Daniel Morales y Gerente General  
**Institución o Empresa:** PD Distribución S.A.  
**Supervisora de EPSL:** Licda. Sandra Hernández

Semana No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 15 / Al: 18	Mayo	0	8	8	8	8	0	36 horas
2	Del: 22 / Al: 29	Mayo	8	8	8	8	8	0	40 horas
3	Del: 28 / Al: 31	Mayo	8	8	8	8	8	0	40 horas
4	Del: 04 / Al: 08	Junio	8	8	8	8	8	0	40 horas
5	Del: 11 / Al: 16	Junio	8	8	8	8	8	0	40 horas
6	Del: 18 / Al: 23	Junio	8	8	8	8	8	0	40 horas
7	Del: 02 / Al: 06	Julio	8	8	8	8	8	0	40 horas
8	Del: 09 / Al: 13	Julio	8	8	8	0	0	0	24 horas
9	Del: / Al:								
10	Del: / Al:								
<b>TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA ACUMULADAS</b>									300 horas

(f)   
Daniel Morales Gerente General PD Distribución

(f)   
Licda. Sandra Hernández - Supervisora EPSL



## Fotografías:



El Gerente General, Daniel Morales revisa la enmarcación de la filosofía empresarial, presentada por el epesista Erik Onelio Ramírez Escobar.



El gerente General en la revisión de la guía práctica para el personal del departamento de Bodega.



El Gerente General, firma de autorizado las nuevas órdenes de trabajo (ODT).



El epesista Erik Ramírez, comparte con los trabajadores de la empresa los Objetivos Institucionales



El comunicador Roberto García compartiendo con los trabajadores de la empresa PD Distribución S.A. su experiencia de cómo trabajar en equipo, en la misma aparece el epesista Erik Onelio Ramírez Escobar



Un grupo de trabajadores de la empresa PD Distribución, en la charla motivacional del comunicador Roberto García.



El epesista Erik Onelio Ramírez Escobar hace entrega del diploma de reconocimiento al comunicador Roberto García.



Se hace entrega de la filosofía empresarial al Señor Guillermo Girón, Gerente de Logística de la Empresa PD Distribución S.A.



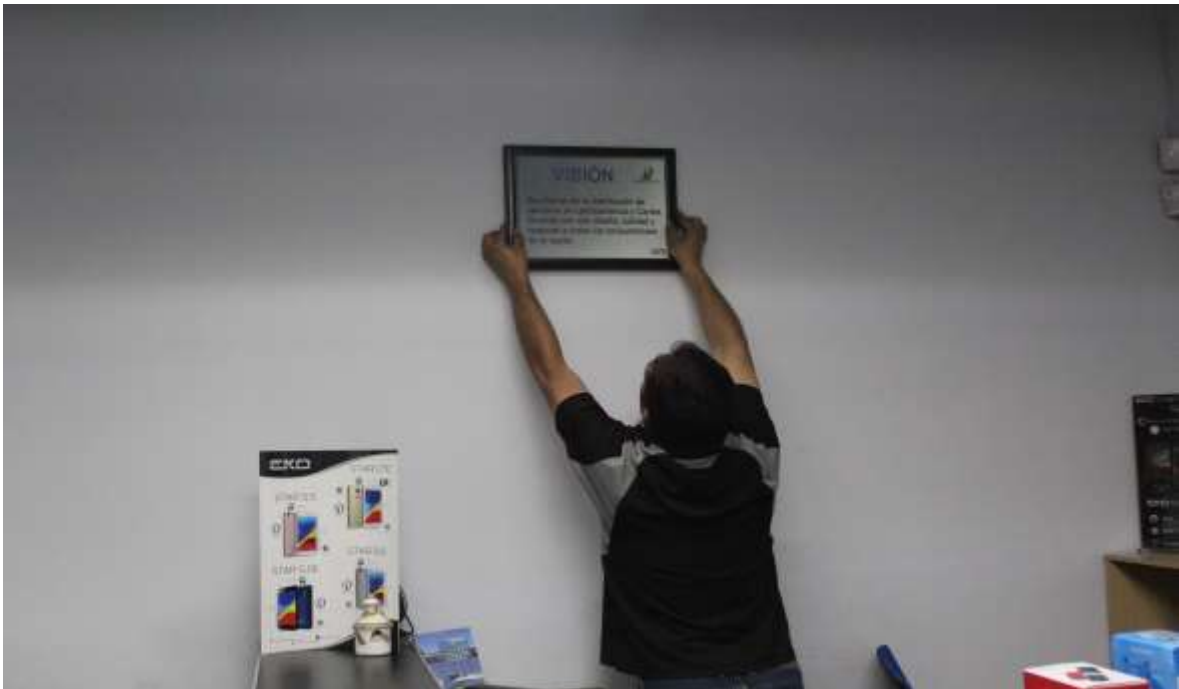
El epesista Erik Onelio Ramírez Escobar entrega las guías de procedimientos para los empleados.



El Gerentes de Logística recibe los trifoliales para nuevos colaboradores.



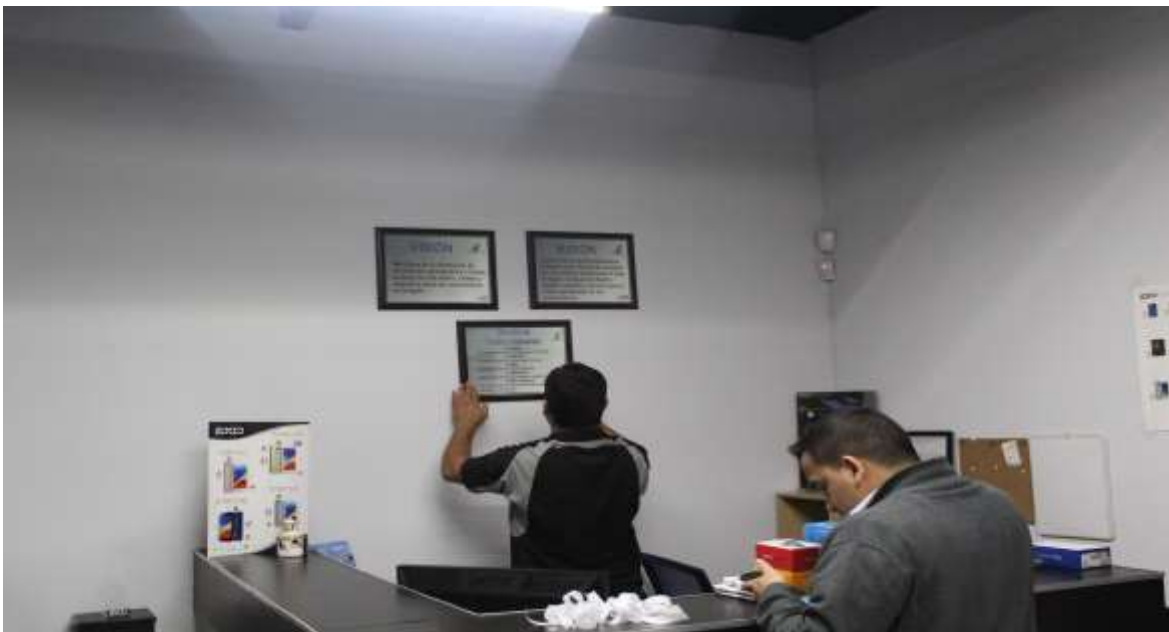
Se entregan la propuesta de nuevas ODT para la empresa PD Distribución S. A.



Instalación de la filosofía empresarial, enmarcada por el epesista Erik Onelio Ramírez Escobar.



La filosofía empresarial se colocó en recepción de bodega, proyecto a cargo del epesista Erik Onelio Ramírez Escobar.



Colaboradores y visitantes a la bodega tendrán a la vista la filosofía empresarial, proyecto a cargo del epesista Erik Onelio Ramírez Escobar.



El departamento de bodega de la empresa PD Distribución S.A. cuenta con la filosofía empresarial a la vista de cobradores y visitantes, proyecto a cargo del epesista Erik Onelio Ramírez Escobar.



El Gerente de Logística y el epesista Erik Onelio Ramírez Escobar, frente al lugar donde se instaló la filosofía empresarial



