

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



“Estrategia de Comunicación Interna de PROFACO, S.A.”

Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

Mayra Lorena Flores Lima

Previo a obtener el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, octubre 2018

Consejo Directivo

Director

M.Sc. Sergio Morataya

Representantes Docentes

Lic. Mario Campos

M.A. Gustavo Moran

Representantes Estudiantiles

Pub. Gabriela Menegazzo

Pub. Heber Escobar

Representantes de Egresados

M.A. Michael González

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



**DROGUERIA
PROFACO, S. A.**

Laboratorios **UHLER** S.A.

Guatemala, **07 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: **Mayra Lorena Flores Lima** con número de **carne: 199919928** y **CUI: 2550363100101**; el 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 institución específicamente en "**Profaco**" cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **22 de mayo** al **03 de agosto** del año en curso; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto comunicacional: "**Estrategia de Comunicación Interna de la empresa Profaco, S.A**" entregando el material respectivo, debidamente recibido por nuestra **Profaco**.

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 **Profaco**.

Atentamente,

PROFACO, S.A.
40 Av. 2-47, ZONA 7 LOMAS DE COTIO
TELS. 2431-5541/2437-1723 2431-5721
DISTRIBUIDORA DE FARMACOS FARMACEUTICOS

Licda. Cindy Estrada Morales
Administradora General



Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 10 de octubre de 2018

Estudiante
Mayra Lorena Flores Lima
Carné: 199919928
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: "ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA DE PROFACO, 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"


Lic. Fernando Flores
Supervisor EPS de Licenciatura




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



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

DEDICATORIA

A DIOS

Gracias a su misericordia pude culminar otra etapa en mi vida, infinitas gracias por tu amor padre.

A MIS PADRES

Clara Luz gracias por todos tus sacrificios, tu apoyo e infinito amor hoy celebramos un logro más mamita, te amo

Héctor Antonio (que en paz descanses) fuiste pieza fundamental para lograrlo, aquí están plasmados tus consejos, tu apoyo; pero sobre todo tu amor. No estas físicamente, pero en mi corazón y memoria siempre me acompañas. Te amo papi, besos al cielo tu confiabas que lo lograría; misión cumplida.

A MI ESPOSO

Juan Carlos Yupe infinitas gracias por tu amor, comprensión por siempre apoyarme a seguir adelante a cumplir mis metas, pero sobre todo por creer y confiar en mí. Hoy por todos los sacrificios hechos tenemos esta alegría, te amo vida.

A MIS HIJOS

Mayrita y Esteban motorcitos de mi corazón que me impulsan a ser mejor cada día, esta meta es para ustedes, gracias por aguantar mis ausencias, el sacrificio hecho es para mostrarles que con disciplina y perseverancia se llega a la meta. Los amo mis vidas. Y que mi triunfo sea un ejemplo para ustedes.

A HERMANO

Arnulfo Antonio ser especial en mi vida, gracias por tu apoyo, por tu cariño y alegrarte por todo lo que me pasa, te quiero mucho.

A MIS SOBRIN@S

Melanie, Cristi, Lucia, Andrea, Andres, Nohemy, Daniel, Anali, Fernanda, Diego, gracias por cada momento que hemos vivido y decirles que bajo cualquier circunstancia con perseverancia y determinación se pueden lograr los sueños. Los quiero mucho

A MI PRIMA

Melissa gracias por tu cariño y recuerda que pasito a pasito nos acercamos más a la meta, el secreto está en la persistencia. te quiero nena.

A MIS SUEGROS

Mamá Chayo (que en paz descanse) por su cariño y apoyo en todo momento, papá Salo gracias por el cariño para ustedes todo mi cariño y admiración.

A MIS CUÑAD@S

Todos tienen un lugar especial en mi corazón y todos son parte de esta meta, gracias por su cariño, los quiero mucho.

A MIS AMIGAS

Lucy y Evelyn amigas, un día las tres diremos lo logramos, gracias por su cariño por las lloraderas por las risas y sobre todo gracias por ser la familia que yo escogí, las quiero mucho.

A MIS AMIGAS DE LA U Por cada uno de los momentos que vivimos y sufrimos juntos, pero que nunca bajamos la guardia, un abrazote

AGRADECIMIENTOS

A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, la que me abrió las puertas para poder ser un profesional de la comunicación.

A LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, por ser mi segunda casa durante toda mi carrera universitaria y en especial a cada uno de los licenciados que me brindaron y dejaron en mí sus conocimientos.

A LA EMPRESA PROFACO, S.A. por ser quienes me abrieron sus puertas y me brindaron la oportunidad para formarme y dejarles un poquito de mis conocimientos como comunicadora.

En especial a la Licda. Cindy Estrada, por tu apoyo y ayuda en todo momento en la realización de mi trabajo de EPS. GRACIAS.

ÍNDICE

RESUMEN.....	I
INTRODUCCIÓN.....	II
JUSTIFICACIÓN.....	III
CAPÍTULO I	
1. DIAGNÓSTICO.....	1
1.1. OBJETIVOS DEL IAGNÓSTICO.....	1
1.1.1. Objetivo General.....	1
1.1.2. Objetivos Específicos.....	1
1.2. LA INSTITUCION PROFACO, S.A.....	1
1.2.1. Ubicación Geográfica.....	1
1.2.2. Integración y Alianza Estratégicas.....	1
1.2.3. Antecedentes o Historia.....	1
1.2.4. Departamentos o Dependencias.....	2
1.2.5. Misión.....	2
1.2.6. Visión.....	2
1.2.7. Objetivos Institucionales.....	2
1.2.8. Público Objetivo.....	3
1.2.9. Organigrama.....	3
1.3. METODOLOGÍA.....	3
1.3.1. Descripción del Método.....	3
1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección.....	5
1.3.3. Cronograma del Diagnostico.....	6
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS.....	7
1.4.1. Fichas de las entrevistas.....	7
1.4.2. Resultados de las entrevistas.....	7

1.4.3. Tablas comparativas, puntos de encuentro y disensos entre entrevistados.....	8
1.5. RADIOGRAFIA DE LA INSTITUCION FODA.....	9
1.5.1. FODA.....	9
1.5.2. Fortalezas.....	9
1.5.3. Oportunidades.....	9
1.5.4. Debilidades.....	9
1.5.5. Amenazas.....	9

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....	10
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES.....	10
2.2. OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN.....	10
2.2.1. Objetivo General.....	10
2.2.2. Objetivo Específico.....	10
2.3. PÚBLICO OBJETIVO.....	11
2.4. MENSAJE.....	12
2.5. ESTRATEGIAS Y ACCIÓN.....	12

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCION	17
3.1. PROYECTO DESARROLLADO.....	17
3.1.1 Financiamiento.....	17
3.1.2. Presupuesto Ejecutado.....	17
3.1.3. Beneficiarios	18

3.1.4. Recursos Humanos.....	18
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción	19
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS.....	19
3.2.1 Estrategia 1.....	20
3.2.2 Estrategia 2.....	21
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	21
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO.....	22
CONCLUSIONES.....	23
RECOMENDACIONES.....	24
GLOSARIO DE TERMINOS.....	25
BIBLIOGRAFIA Y E-GRAFIAS.....	28
EGRAFÍA.....	29
ANEXOS.....	30

Resumen

- **Nombre de la Institución:** Profaco, S.A.
- **Nombre del Proyecto:** Estrategia de Comunicación Interna de Profaco, S.A.
- **Objetivos del Proyecto:**
 - ❖ **General:** Fortalecer los procesos de comunicación interna de Profaco, S.A.
 - ❖ **Específicos:** Elaborar un plan de comunicación para mejorar la comunicación interna, fortalecer la comunicación que hay en Profaco por medio de la comunicación Organizacional y elaborar un manual de organización y procedimientos para conocer las obligaciones de los empleados y la empresa, así como la misión y visión de la misma.
- **Sinopsis del proyecto:**

El estudio comunicacional fue dirigido a todo el personal de la empresa PROFACO. El objetivo principal del estudio fue resolver los inconvenientes encontrados dentro del diagnóstico evidenciado con la observación y entrevistas hacia el personal, y resalto falta de comunicación de empleados a jefes.

Se realizaron capacitaciones para mejorar la comunicación interna, interactuando con el personal de la institución. Se elaboró un manual de organización para que el personal pueda conocer sus obligaciones dentro de su puesto de trabajo. Además, se mejoró el trabajo en equipo por medio de la comunicación organizacional.

En la ultima fase del proyecto se llevo todo a cabo desde la motivación al personal, así como la entrega y colocar visible la misión y visión de la empresa, cuentan con el manual de organización y logramos unificar aún más la empresa hacia la visión de su dueño.

Introducción

Muy pocas empresas en el mercado están dispuestas a realizar un diagnóstico de comunicación, a pesar que es una herramienta muy importante para el desarrollo de su empresa.

Con ella se obtienen los beneficios de, la identificación de su personal con la empresa ya que ayuda a la autoestima y a una mayor involucración dentro de la misma.

El siguiente estudio tiene como propósito, indagar, encontrar y evidenciar las problemáticas de comunicación que posee Profaco, S.A. con la intención de ayudar al fortalecimiento de la institución. Para encontrar dicha problemática se utilizó la metodología cualitativa y sus instrumentos.

La elaboración de este proyecto comunicacional se dividió en tres fases siendo estas, la primera llamada, diagnostico comunicacional, donde se conoció a la institución por medio de una radiografía que nos mostro los problemas comunicacionales. La segunda fase, se elaboro un plan de comunicación con base a los resultados en la primera anterior, todo esto buscando dar solución a los problemas y la tercera y última fase, el Epesista realiza un total de 300 horas de prácticas para llevar a cabo el plan de comunicación previamente autorizado por la administradora de Profaco, Cindy Estrada

Fueron varios los problemas encontrados, pero con ayuda de la licda. Estrada se acordó realizar un manual de organización para mayor ayuda al personal, charlas motivacionales, tratando que el personal lograra identificación con la empresa y sus jefes para bienestar de todos dentro de la empresa.

Justificación

Con este plan de comunicación se resolvió el problema principal encontrado en la fase de diagnóstico, por tal motivo se elaboró un manual de organización en el cual detalla todas las atribuciones de cada uno de los empleados que laboran para Profaco,

El diagnóstico de comunicación arrojó datos indicando que los trabajadores de Profaco, desconocían las atribuciones dentro de su puesto de trabajo. En conjunto con la Licda. Cindy Estrada administradora de la empresa, se elaboró un plan en el cual incluía un manual de organización para que todos estuvieran enterados y pudieran consultar cualquier inconveniente con su puesto de trabajo.

Para la empresa PROFACO, la implementación del Plan de Comunicación Interna fue de mucha importancia, ya que mejoro el ambiente laborar y personal dentro de sus empleados y así una mejor calidad de atención y satisfacción en el desempeño con los proveedores ya que trabajan con instrucciones claras y concisas.

Con el siguiente Plan de comunicación, se buscó contribuir con los empleados y jefes, para llegar a ser un buen equipo de trabajo y realizar de manera idónea sus atribuciones, priorizando la comunicación entre sí, y poder visualizar los resultados como empresa a nivel país y como empresa ya que el personal es el más importante para PROFACO y para poder servir a sus clientes como se merecen.

CAPÍTULO I

1. Diagnóstico

“Estrategia de Comunicación Interna de la empresa Profaco, S.A”.

1.1 Objetivos del Diagnóstico

1.1.1. Objetivos Generales

Realizar un diagnóstico de los procesos de comunicación interna de Profaco, S.A.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Obtener la mayor información de los empleados para realizar un plan de comunicación a las problemáticas encontradas.
- Encontrar la deficiencia de comunicación interna de la empresa.
- Determinar qué comunicación interna maneja Profaco, S.A.
- Estudiar las fortalezas, oportunidades y amenazas que pudiera tener Profaco, S.A.

1.2. La Institución

Profaco, Sociedad Anónima

1.2.1. Ubicación Geográfica

La empresa está ubicada en zona 2 de Mixco Colonia Santa Rita II

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

No existe en la empresa

1.2.3. Antecedentes o Historia

Profaco, S.A. fue fundada en el año 2002, por iniciativa del señor Helmut Suter, debido a que termino una sociedad con una farmacéutica, vendió sus acciones e intento vivir de lo que había obtenido, al pasar los meses se dio cuenta que le hacía falta sentirse útil y obviamente el ingreso económico, contando con el conocimiento de la antigua farmacéutica en abril del 2002 decidió fundar Profaco,

S.A. en sociedad con una persona, este socio cuenta con muy pocas acciones, se puede decir que es solo un dueño. Hace 16 años se inició con seis productos, en la actualidad cuenta con doce, al principio fue muy difícil, ya que el tema de las farmacéuticas es bien complicado; porque tienen que sacar registro sanitario de cada producto que vende.

En los primeros años las ganancias no se ven tan rápido, pero al pasar de los años, se han ido posicionando con productos que únicamente Profaco, los puede comercializar en Guatemala. Es así como 16 años después siguen vigentes en el país y con planes de crecimiento.

1.2.4. Departamentos o dependencias

Profaco, S.A. está organizado por departamentos, los cuales son:

- Dirección Técnica
- Administración
- Ventas

1.2.5. Misión

Somos una empresa guatemalteca dedicada a la distribución de productos farmacéuticos.

Ofrecemos a nuestros clientes: confianza, calidad y servicio.

1.2.6. Visión

Ser la mejor droguería de productos farmacéuticos, en Guatemala.

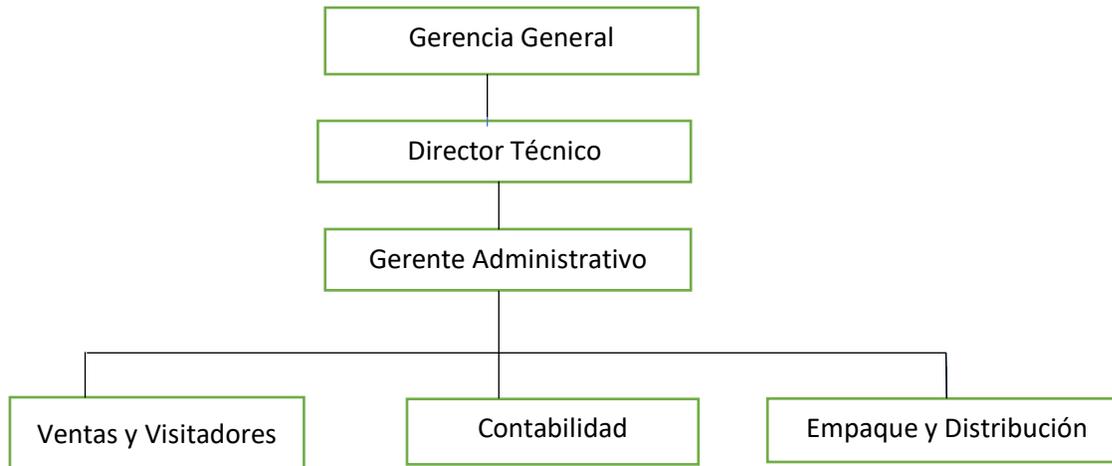
1.2.7. Objetivos Institucionales

Profaco, S.A. pretende fortalecer su institucionalidad, posicionarse dentro de sus clientes como la primera opción de compra, una empresa que se identifique por calidad, buen precio y confiabilidad.

1.2.8. Público Objetivo

Farmacias y Médicos en uso de su ejercicio.

1.2.9. Organigrama



Fuente: (Estrada, 2018)

1.3. Metodología

1.3.1. Descripción del Método

Metodología

Estudio de los métodos, su desarrollo, explicación y justificación. Su finalidad es comprender el proceso de investigación y no los resultados de la misma. se pueden tener tantas metodologías como diferentes formas y maneras de adquirir conocimientos científicos del saber común que se denomina “ordinario”, las cuales responden de distinta manera a cada una de las preguntas y cuestionamientos que se plantea la propia metodología. Clases de métodos Hay diferentes clases de métodos aplicables a cualquier rama de la ciencia y de la investigación en general. (Maya, 2009, p.13)

Existen diferentes clases de Métodos entre ellos:

Método deductivo

Es una forma de razonamiento que parte de una verdad universal para obtener conclusiones particulares. En la investigación científica, este método tiene una doble función ``encubrir consecuencias desconocidos de principios conocidos (Cano, 1975, p. 42) el método deductivo se contrapone a la inducción.

(Maya, 2009, p.14)

Método inductivo

Es el razonamiento mediante el cual, a partir del análisis de hechos singulares, se pretende llegar a leyes. Es decir, se parte del análisis de ejemplos concretos que se descomponen en partes para posteriormente llegar a una conclusión. En ello se asemeja al método analítico descrito con anterioridad. En suma, las investigaciones científicas representan la síntesis de estudios y de investigaciones a lo largo de las cuales se van estableciendo conclusiones generales sobre determinados conocimientos.

(Maya, 2009, p.14)

Para efecto de la investigación el método a utilizar será Inductivo o Metodología Cualitativa

Metodología Cualitativa

Es la naturaleza del problema que se investiga. Por ejemplo, la investigación que intenta comprender el significado o naturaleza de la experiencia de personas con problemas tales como enfermedad crónica, adicción, divorcio y el acto de "destaparse" se presta a trabajo de campo para encontrar lo que la gente hace y piensa. Los métodos cualitativos pueden usarse para explorar áreas sustantivas sobre las cuales se conoce poco o mucho, pero se busca obtener un conocimiento nuevo (Stern, 1980). Además, los métodos 20 / Bases de la investigación cualitativa... cualitativos se pueden usar para obtener detalles complejos de algunos fenómenos, tales como sentimientos, procesos de pensamiento y emociones, difíciles de extraer o de aprehender por métodos de investigación más convencionales. Básicamente, existen tres componentes principales en la investigación cualitativa.

Primero, están los datos, que pueden provenir de fuentes diferentes, tales como entrevistas, observaciones, documentos, registros y películas.

Segundo, están los procedimientos, que los investigadores pueden usar para interpretar y organizar los datos. Entre estos se encuentran: conceptualizar y reducir los datos, elaborar categorías en términos de sus propiedades y dimensiones, y relacionarlos, por medio de una serie de oraciones proposicionales. Al hecho de conceptualizar, reducir, elaborar y relacionar los datos se lo suele denominar codificar.

(Strauss y Corbin, 2002, p20)

1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección

Las técnicas que se utilizarán en la investigación para la recolección de datos, nos servirán para:

- Analizarla
- Clasificarla
- Comprenderla e interpretarla para tomar decisiones

Los instrumentos a utilizar en dicha investigación serán:

- **Observación**

Se detalla el propósito a investigar, área, fecha y duración de la observación.

La Observación es la segunda herramienta favorita para la recogida de información. Es entendida y practicada como la entrada a una situación social, unas veces como parte de la misma y otras como simple espectador, y la inspección sistemática de lo que en ella ocurre. La observación cualitativa parte unas veces del presupuesto de que el investigador ejerce el papel de notario orientado a la captación e interpretación del desarrollo de la situación social observada y otras, en cambio, es el experto descubridor de los etnométodos a través de los cuales se construye y desarrolla esta situación, o el dramaturgo que sabe escenificarla para la posterior recreación e interpretación de su significado.

(Ruiz, 2012, p.123)

- **Entrevista**

Es la herramienta metodológica preferida por los investigadores cualitativos. Esta suele ser practicada por los investigadores de esta escuela en su modalidad abierta y no

estructurada, entendida como una conversación controlada por el arte de saber formular preguntas y de saber escucharlas. Dentro del paradigma constructivista, la entrevista no

es un arma neutral, sino que el entrevistador crea la situación social de la entrevista, en cuyo marco cobran sentido las respuestas obtenidas y dentro del cual deben ser interpretadas como episodios interaccionales. La entrevista no es una herramienta mecánica, sino que está profundamente influenciada por el entrevistador y por sus características, así como por las del entrevistado y su contexto.

(Ruiz, 2012, p.122)

Para obtener la información necesaria y realizar el diagnóstico se utilizará la entrevista profunda.

- **La Entrevista Profunda**

El encuestador es quien sugiere el campo a explorar. Se conserva una cierta libertad en la forma de llevar la entrevista, como el encuestado en la forma de responder. Como en la entrevista clínica, el encuestador observará el contenido latente y analizará los datos de forma cualitativa. Pero con dos diferencias: por una parte, el objetivo no es necesariamente terapéutico, por otra, el objetivo es limitado.

(Lopez y Deslauriers, 2011, p.4)

Serán entrevistados jefe de departamento y empleados de Profaco.

1.3.3. Cronograma del Diagnóstico

No.	Cronograma de Actividades Diagnóstico	Enero		Febrero			
		3	4	1	2	3	4
1	Actividades Semanales Propedéutico						
2	Ubicación de Institución						
3	Estructura de Diagnóstico						
4	Entrevistas y observación						
5	Finalización del diagnóstico						

1.4. Recopilación de Datos

1.4.1. Ficha de la Entrevista

Nombre	Puesto	Objetivo
Cindy Estrada	Administradora General	Conocer los procesos de comunicación interna de la empresa. Identificar limitantes y dificultades. Obtener información para detectar fallas o faltas de procedimientos dentro de la empresa.
Diana Pulex	Asistene de Gerencia	
Jesus Estrada	Empaque y Distribución	
Edgar Coc	Visitador y Vendedor	
Berny Palencia	Visitador y Vendedor	

1.4.2. Resultados de la Entrevista

Se realizó una entrevista a la Licenciada Cindy Estrada, Administradora de la empresa Profaco, S.A.

Resultados de la Entrevista

- El papel que juega la comunicación en una empresa es fundamental hoy en día, por lo que en Profaco, se empeñan en que sea una buena herramienta a utilizar ya que le ha traído buenos resultados dentro de la misma.
- Han logrado que su personal se apoye entre sí, buscando un bien común que gane la empresa.
- No han logrado comunicar las jerarquías dentro de la empresa, aunque tienen otras fortalezas como el trabajo en equipo.
- Hoy en día la tecnología es la base para el crecimiento para las empresas, por lo que deben estar a la vanguardia de todo lo electrónico.
- Profaco se visualiza únicamente con su personal de venta ya que únicamente se han actualizado con el correo electrónico.

Resultados de la Entrevista

- Cuatro de siete trabajadores administrativo y ventas fueron entrevistados y se obtuvo una conversación fluida para comprender los procesos de comunicación.
- Debido a que el grupo trabajo es pequeño se obtuvo el material necesario para obtener una idea más clara de los procesos de comunicación.
- Evidencian necesidad de orden en la asignación de atribuciones y selección de puestos.
- Demostraron colaboración, confianza y disposición para responder todo lo explicado para alcanzar el fin deseado.

1.4.3. Tabla Comparativa

Áreas Entrevistadas	Puntos de Encuentro	Disensos
Administradora General	Recibieron inducción al ingresar a la empresa.	No tienen claro las jerarquías dentro de la empresa.
Asistente de Gerencia	No conocen la Misión y Visión de la empresa.	No cuentan con un manual de comunicación.
Empaque y Distribución	Saben trabajar en equipo.	
Visitador y Ventas	No están bien definidos los puestos de trabajo. Cuentan con capacitaciones constantes. Tienen incentivos. Cuentan con el material para trabajar.	Hace falta personal para cubrir los puestos que faltan.

1.5. Radiografía de la Institución

FODA de la empresa Profaco, S.A.

1.5.1. Fortalezas

- Comunicación personalizada con su personal
- Trabajan en equipo
- Su personal se identifica con la empresa
- Saben priorizar su trabajo

1.5.2 Oportunidades

- Pueden llegar a acuerdos con el personal
- Mejorar sus métodos de comunicación
- El personal tiene disponibilidad

1.5.3 Debilidades

- No cuentan con suficiente personal que cubran todas las áreas
- No un existen manuales de atribuciones
- No tienen claras las jerarquías
- Les falta concientizar sobre la misión y visión de su empresa

1.5.4 Amenazas

- No están actualizados en tecnología
- La manera de capacitación, siempre es la misma
- Que el personal se canse de hacer lo de todos

CAPÍTULO II

2. Plan de comunicación

2.1. Antecedentes comunicacionales

Profaco, S.A. es una empresa con 16 años de experiencia, cuya finalidad es brindarles a sus clientes, el mejor servicio y alta calidad en sus productos.

Hasta el momento la empresa Profaco, no cuenta con ningún plan de comunicación antes de realizar el presente.

2.2. Objetivos de comunicación

2.2.1. Objetivo General

Presentar un plan de comunicación interna en la empresa Profaco, S.A. para fortalecer la comunicación que es lo mas importante dentro de una empresa.

2.2.2. Objetivos Específicos

- Fortalecer la comunicación por medio de estrategias comunicacionales para beneficio de la empresa.
- Reformar los procesos operativos por medio de un manual impreso para desarrollar efectivamente los métodos laborales de cada área.
- Reforzar la identificación del personal con la empresa.

2.3. Público Objetivo

2.3.1. Público Interno

Publico Interno	<ul style="list-style-type: none"> • Colaboradores que conformar las áreas de la empresa Profaco, S.A. • Dirección Técnica, Administración y Ventas
Características Demográficas	<p>Sexo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Femenino • Masculino <p>Edad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 22-50
	<p>Raza:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ladina • Indígena
Segmentación Socioeconómica	<p>Niveles de Ingreso</p> <ul style="list-style-type: none"> • Individual
	<p>Nivel de Educación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Media • Superior
	<p>Clase Social</p> <ul style="list-style-type: none"> • C- Clase Media

2.4. Mensaje

“Calidad y Servicio es nuestro compromiso”

Se desea tener satisfecho al cliente con la calidad del producto y el mejor servicio, para obtener resultados positivos y poder seguir compitiendo en el mercado.

2.5. Estrategia y Acciones

2.5.1. Estrategia

- Fortalecer la Comunicación Interna

Fortalecer los canales de comunicación (Jefe y sub-alterno) para saber la postura que se debe tener ante un equipo de trabajo, cómo seguir instrucciones y como realizar el trabajo de una manera correcta, la cual ayude a mejorar el trabajo dentro de la empresa.

- Elaborar un manual de Organización

Esto con el fin de tener presente la misión y visión de la empresa, su organigrama tanto general como específico y obligaciones y derechos de los trabajadores y la empresa, para que cada uno sepa sus funciones y busque mejorar día a día su ambiente laboral y productividad.

- Fortalecer la identificación del personal con la empresa.

Actualmente la falta de conocimiento de la misión y visión de la empresa, repercute en no estar en la misma sintonía empleados y empresa.

2.5.2. Acciones

Acción de la estrategia 1 (Fortalecer la Comunicación Interna)

Acción 1	
¿A qué estrategia corresponde la acción?	Fortalecer la Comunicación Interna
Problema:	Falta de comunicación entre jefes y sub-alternos
Producto:	Capacitación, charla y debate.
Tipo de mensaje:	Informativo
Público Objetivo:	Interno
Medio de Difusión:	Digital, se presentará el contenido de comunicación interna desde una cañonera a todos los empleados de la empresa.

Programa de motivación		
Actividad	Objetivo	Incentivo
Conociendo mi empresa	Conocer la importancia de la comunicación interna, para mantener la empresa fortalecida.	Refacción

Fecha	01 de junio de 2018
Hora	16:00 horas
Lugar	Área de reuniones de Profaco
Expositor	Epesista
Tema	Conociendo mi Empresa

Acción de la estrategia 1 (Fortalecer la Comunicación Interna)

Acción 2	
¿A qué estrategia corresponde la acción?	Fortalecer la Comunicación Interna
Problema:	Falta de comunicación entre jefes y sub-alternos
Producto:	Buzón de sugerencias.
Tipo de mensaje:	Informativo
Público Objetivo:	Interno
Medio de Difusión:	Buzón de sugerencias: Para que los empleados de los departamentos de Profaco, depositen sus conformidades e inconformidades por medio de una anotación.
Boceto:	Buzón de Sugerencias
Ubicación:	En las instalaciones de la Empresa Profaco, Sociedad Anónima en el área de recepción.
Periodicidad de monitoreo:	15 días
Responsable:	Administradora General
Logística de uso:	<p>El buzón estará vigente por 10 días hábiles donde el personal y público que los visita podrá ingresar de manera anónima las observaciones y aportes de mejora para la empresa.</p> <p>La revisión del buzón se hará una vez por semana y se llevará un control de las sugerencias dadas, luego al cumplir los diez días se procederá a verificar toda la información, teniendo una reunión para presentar posibles acciones de solución a los hallazgos encontrados.</p>



Acción de la estrategia 2 (Elabora un manual de organización)

Acción 1	
¿A qué estrategia corresponde la acción?	Elaborar un manual de Organización.
Problema:	Falta de conocimiento en sus atribuciones y procedimientos de cada departamento de la empresa.
Producto:	Material impreso.
Objetivo comunicacional:	Conocer la estructura de cada una de las áreas componentes de la empresa en general.
Tipo de mensaje:	Informativo
Público Objetivo:	Interno
Medio de Difusión:	Impreso: dos ejemplares, para colocarlos en áreas estratégicas en la empresa.

Descripción de la Entrega:

Se entregará el manual a la Administración General para su verificación, luego se realizará una reunión con el personal de la empresa, indicando que se colocará el ejemplar en el área Administrativa y estará a la disposición cuando deseen leerlo.

Descripción Tabla de Contenidos

El manual contiene información relevante como historia, y descripción de la empresa, misión y visión de la misma, legislación o base legal, estructura de la organización (organigrama general), estructura de cada una de las áreas (organigrama por áreas), normas y políticas generales.

Tiraje a entregar

Dos ejemplares.

Inducción sobre el uso

El personal de la empresa tendrá a su disposición los manuales, para cualquier consulta, al igual cuando ingrese personal nuevo pueda acceder a la información de la empresa sin problemas.

Acción de la estrategia 3 (Reforzar la identificación del personal con la empresa)

Acción 1	
¿A qué estrategia corresponde la acción?	Reforzar la identificación del personal con la empresa.
Problema:	Falta de conocimiento de la misión y la visión de la empresa.
Producto:	Capacitación.
Tipo de mensaje:	Informativo
Público Objetivo:	Interno
Medio de Difusión:	Digital, se presentará el contenido de comunicación interna desde una cañonera a todos los empleados de la empresa.

Programa de motivación		
Actividad	Objetivo	Incentivo
Conociendo mi empresa	Informar la misión, visión, objetivos institucionales y valores de la empresa.	Colocar visibles dentro de la empresa la misión y visión.
Capacitación	Conocer la importancia de la comunicación interna, para mantener la empresa fortalecida.	Refacción y entrega de tazas con el nombre de la empresa.

Fecha	25 de mayo de 2018
Hora	16:00 horas
Lugar	Área de reuniones de Profaco
Expositor	Epesista
Tema	Conociendo mi Empresa

Capítulo III

3. Informe de ejecuciones

3.1. Proyecto Desarrollado

Plan de comunicación interna desarrollado en la empresa Profaco, S.A

3.1.1. Financiamiento

El financiamiento del 95% de los gastos fueron sufragados por el Epesista y el 5% lo proporciono Profaco, S.A.

3.1.2. Presupuesto Ejecutado

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Total	Financiamiento
1	Buzón de sugerencias.	Q.50.00	Q. 50.00	PROFACO, S.A.
2	Manuales tamaño carta papel bond, encuadernados.	Q.30.00	Q. 60.00	Epesista
1	Diagramación	Q.30.00	Q. 30.00	Epesista
6	Tazas de incentivos con nombre y logotipo	Q.25.00	Q.150.00	Epesista
2	Impresión de Misión y Visión	Q. 5.00	Q. 10.00	PROFACO, S.A.
2	Marcos para Misión y Visión	Q.15.00	Q. 30.00	PROFACO, S.A.
20	Refacciones	Q.12.00	Q.240.00	Epesista
2	Charlas Motivacionales	Q.300.00	Q.600.00	Epesista
	Asesoría Comunicacional		Q.12,000.00	Epesista
		Total del proyecto	Q.13,170.00	

3.1.3. Beneficiarios

Beneficiarios	Beneficio
<p>Beneficiarios primarios: Jefes y auxiliares de departamentos de la empresa Profaco, S.A.</p>	<p>El beneficio primordial fue para el personal de la empresa auxiliares y secretarias, que con las charlas, capacitaciones y manual les ayudara a tener una mejor comunicación dentro de la institución y obtener mejores resultados en sus atribuciones.</p>
<p>Beneficiarios Secundarios: Dueño y Gerente de Profaco, S.A. así como la administradora de la empresa.</p>	<p>El beneficio secundario se dirige a: Gerente General: mejores resultados en el servicio a sus clientes. Administradora de la Empresa: Mejor comunicación en sus colaboradores, trato amable a sus clientes y mayor efectividad en sus labores.</p>

3.1.4. Recursos Humanos

Personal	Cargo	Actividad
Helmut Suret	Gerente General	Autorizo para la realización de las capacitaciones y actividades dentro de la empresa.
Cindy Estrada	Administradora General	Apoyo en reforzar las capacitaciones
Jesus Estrada	Auxiliar	Apoyo en tomar las fotos en las actividades.
Lorena Flores	Epesista	Puesta en marcha del plan de comunicación

3.1.5. Áreas Geográficas de Acción

Empresa Profaco, S.A. en 5ta calle 38-38 zona 2 de Mixco Santa Rita II

3.2 Estrategias y Acciones Desarrolladas

3.2.1. Estrategia 1:

Fortalecer la comunicación Interna

Objetivo Comunicacional:

Fortalecer la comunicación interna de la Empresa Profaco, S.A.

Descripción:

Se realizaron capacitaciones, charlas y debates para fortalecer la comunicación entre jefe y empleado y también entre compañeros, conocieron la importancia de una buena comunicación entre compañeros y jefes dentro de la empresa.



Licda. Cindy Estrada Administradora de Profaco, S.A. recibiendo el buzón de sugerencias



Licda. Cindy Estrada Administradora de Profaco, S.A. recibiendo la misión y visión de la empresa



Epesista Lorena Flores con el personal de Profaco, y el dueño de la empresa Helmut Suret

3.2.2. Estrategia 2:

Elaboración de un manual organizacional

Objetivo Comunicacional:

Conocer su empresa misión, visión, descripción de cada uno de los puestos dentro de la empresa.

Descripción:

Se dio una charla para dar a conocer los puestos de cada uno dentro de la empresa, así como la misión y la visión que la empresa quiere alcanzar.



Licda Cindy Estrada Administradora de la empresa Profaco recibiendo los manuales de Organización por epesista Lorena Flores

3.3. Cronograma

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES										
Item	Actividades	may-18			jun-18				jul-18	
		S-3	S-4	S-5	S-1	S-2	S-3	S-4	S-1	S-2
1	Recopilar información	█								
2	Capacitación			█						
3	Buzón de sugerencias				█					
4	Elaboracion de manual				█					
5	Charla y debate				█					

3.4. Control y Seguimiento

Estrategia	Indicadores Cuantitativos	Indicadores Cualitativos
<p>Fortalecer la comunicación Interna.</p> <p>Objetivo: Conocer la importancia de la comunicación interna, para mantener la empresa fortalecida</p>	<p>Un total de 5 trabajadores estuvieron presentes en las capacitaciones y charlas para fortalecer la comunicación interna.</p> <p>Una sugerencia fue depositada en el buzón durante los primeros quince días de monitoreo.</p>	<p>“Al conocer el tema y la importancia de la comunicación ayuda para ser un buen trabajador y desempeñar de buena manera a sus labores, teniendo comunicación constante con todo el personal”. Licda. Estrada Administradora.</p> <p>“Todas las capacitaciones son buenas tanto para la empresa como el personal, que sigan capacitándonos” Diana Pulex Asistente de gerencia.</p> <p>“Las capacitaciones nos hacen llegar a nuestro trabajo mas motivados por hacer las cosas bien. Jesus Estrada. Empaque y distribución.</p>
<p>Fortalecer la comunicación Interna con buzón de sugerencias.</p> <p>Objetivo: Que los empleados de los departamentos de Profaco, depositen sus conformidades e inconformidades por medio de una anotación.</p>	<p>El buzón fue colocado en un lugar estratégico para comodidad de los empleados.</p> <p>Una sugerencia fue depositada en el buzón durante los primeros quince días de monitoreo. Luego fue de mucha ayuda para el personal que visita la empresa solicitando colaboración por ejemplo para parqueos.</p>	<p>“Sin temor alguno pueden sugerir cambios para bienestar de la empresa y de los empleados sin la necesidad de ser identificados” Helmut Suret Gerente General.</p> <p>“Al tener el buzón fue de ayuda ya que si no queríamos hablar directamente podíamos hacerlo por medio de buzón es una gran herramienta”. Edgar Coc Visitador.</p> <p>“Fue una ayuda para el personal como para nuestros visitantes, ayuda a fluir la comunicación”. Diana Pulex Asistente de Gerencia</p>
<p>Elaborar un manual de organización.</p> <p>Objetivo: Que los empleados conozcan la estructura de cada una de las áreas que componen a la empresa.</p>	<p>Dos manuales de organización fueron entregados uno para el alcance de los empleados y otro para el archivo</p>	<p>“En cualquier momento pueden consultar las atribuciones si no saben que tiene que realizar o al momento de ingresar personal nuevo a parte de la inducción puede leer el manual”. Licda. Cindy Estrada administradora general.</p> <p>“Con este manual nos ayudamos todos” Diana Pulex Asistente de gerencia.</p> <p>“El manual vino a dejarnos claro todas nuestras atribuciones”. Jesus Estrada Empaque Profaco.</p>
<p>Reforzar la identificación de los empleados con la empresa.</p> <p>Objetivo: Que conozcan la misión y visión de la empresa.</p>	<p>Se colocaron enmarcadas la misión y la visión de la empresa y están a la vista del personal</p>	<p>“En cualquier momento pueden refrescar cual es la misión y visión de la empresa y ayudar alcanzarlas”. Helmut Suret, Gerente General</p> <p>“Las podemos tener presente ya que las vemos en cualquier momento” Licda. Cindy Estrada</p> <p>“Llegaron para que nos las aprendamos” Diana Pulex Asistente de Gerencia</p>

Conclusiones

La adecuada comunicación interna de una organización es el eje esencial en el desarrollo de las buenas relaciones de trabajo y de la correcta ejecución laborales del mismo, beneficia la mejora de los procesos y la motivación de las personas que la integran. La comunicación debe ser un proceso de intercambio dinámico y permanente de información entre los miembros de la institución. Se trata involucrar e integrar a todo el personal como recurso primordial para el logro de los objetivos.

La implementación de estrategias y su correcta aplicación ayuda a mejorar el proceso de la comunicación interna y las relaciones interpersonales.

Para realizar el presente plan de comunicación interna, ha sido necesario conocer a fondo la institución, comprender sus características tener una visión de su estructura, ha permitido brindarles una vía para la realización de las estrategias y actividades para su ejecución.

Recomendaciones

- Garantizar la continuidad de las estrategias comunicacionales que representan herramientas técnicas y didácticas para el desarrollo de la comunicación interna en la empresa Profaco, S.A.
- Las capacitaciones contantes al personal constituyen a fortalecer el clima laboral empleados y jefes. Para que el trabajo sea productivo y ameno.
- Innovar constantemente el contenido de las capacitaciones para que mejore la forma de trabajo y la actitud de cada uno.
- Es de vital importancia que el personal tenga plena confianza en sus jefes para comunicarse libremente.
- Hacer uso de las herramientas dadas para solucionar los problemas que se les presente en la institución.

Glosario de Términos

Alianzas Estratégicas:	Es un acuerdo realizado por dos o mas partes para alcanzar un conjunto de objetivos deseados por cada parte.
Antecedente:	Acción, dicho o circunstancia que sirve para comprender o valorar hechos posteriores.
Capacitaciones:	Es un proceso a través del cual se adquieren, actualizan y desarrollan conocimientos, habilidades y actitudes para el mejor desempeño de una función laboral.
Comunicacional:	Pertenciente o relativo a la comunicación, lo cual significa transmisión de señal mediante un código común al emisor y al receptor.
Demografía:	Se trata de las características sociales de la población y de su desarrollo a través del tiempo.
Diagnóstico:	De la palabra diagnosticar que significa recoger o analizar datos para evaluar problemas de diversa naturaleza.
Disensos:	Se refiere al desacuerdo, la desavenencia entre dos o mas personas acerca de una cuestión en particular.
Ejecución:	Realización de una acción, en cumplimiento de un proyecto, un encargo o una orden.
E-grafía:	Se refiere a la dirección de páginas web.
EPS:	Ejercicio Profesional Supervisado

- Estrategia:** Arte, traza para dirigir un asunto.
- Financiamiento:** Acción y efecto de financiar. Sufragar los gastos de una actividad, de una obra, etc.
- FODA:** Es el estudio de la situación de una empresa u organización a través de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y a amenazas.
- Manual de Organización:** Es un documento técnico normativo de gestión donde se escribe las funciones básicas y específicas, las relaciones de autoridad y dependencias, así como los requisitos de los cargos o puestos de trabajo.
- Método:** Es un conjunto de pasos ordenados que se emplea principalmente para hallar nuevos conocimientos en la ciencia.
- Misión:** Es el motivo por el que existe una empresa. Su razón de ser.
- Herramienta:** Conjunto de instrumento que se utiliza para desempeñar un oficio.
- Institución:** Creación o fundación de una cosa, especialmente un organismo de carácter benéfico, social o cultural.
- Integración en empresa:** Busca controlar o adquirir el dominio de los proveedores, distribuidores o la competencia de la mano de otros empresarios de su misma línea.
- Organigrama:** Sinopsis o esquema de la organización de una entidad, de una empresa o de una tarea.

- Plan:** Es el esquema de un proyecto con el que se inicia la investigación y que nos permita que no nos perdamos a lo largo del proceso.
- Propuesta:** Proposición o idea que se manifiesta y ofrece a alguien para un fin.
- Proyecto:** Es un procedimiento científico, destinado a recabar información y formular hipótesis, sobre un fenómeno social o científico.
- Sinopsis:** Resumen muy breve y general de una cosa, especialmente una novela, película u otros.
- Supervisión:** Acción y efecto de supervisar. Ejercer la inspección superior en trabajos realizados por otros.
- Visión:** Es el objetivo al que la propia empresa quiere llegar en un futuro.

Bibliografía

Maya E. (2014). *Métodos y Técnicas de Investigación*. Distrito Federal, México. Universidad Nacional Autónoma de México

Strauss A. Corbin J. (2002). *Bases de la Investigación Cualitativa. Técnicas y Procedimientos para Desarrollar La Teoría Fundamentada*. Medellín, Colombia. Contus, Editorial Universidad de Antioquia.

Lopez y Deslauriers. (junio 2011). La Entrevista Cualitativa como técnica para la Investigación en Trabajo Social. Margen61. Recuperado de www.margen.org

E-GRAFIA

Universidad de las Américas Puebla. (2014). ¿Cómo hacer un índice automático en Word? México: BlogUdlap. Recuperado de <http://blog.udlap.mx/blog/2014/02/comohacerunindiceautomaticoenword/>

Elaboración de un plan de comunicación. <http://www.solucionesong.org>.

Normas APA. (2007). Normas APA sexta edición. Normas APA. Recuperado <http://normasapa.net/2017-edicion-6/>

Anexos

Transcripción completa de la entrevista



Epesista: **Mayra Lorena Flores Lima**

Nombre: _____ **Fecha:** _____

Puesto : _____

ENTREVISTA JEFE DE DEPARTAMENTO DE PROFACO, S.A.

1. ¿Con que frecuencia se comunica personalmente con los empleados de la empresa?
2. ¿La empresa cuenta con reuniones de grupo, sesiones semanales o alguna otra forma de comunicación con los empleados?
3. ¿Con qué medios cuenta Profaco, S.A. para comunicarse, correo electrónico, alguna red social?
4. ¿El ambiente de trabajo con el personal como lo percibe, es cordial existen roces laborales?
5. ¿Qué tipo de capacitación le brinda Profaco a su personal?
6. ¿Para que el personal se identifique con la empresa, les hacen extensivo los logros por medio de memorándum o como los hacen participes?
7. ¿Cómo sostienen motivados o Incentivados a su personal para que se cumplan los objetivos de la empresa?
8. ¿Alguna sugerencia que pueda agregar para una mejor comunicación dentro de la empresa?

Datos de la entrevista

Nombre: Licda. Cindy Estrada

Puesto: Administradora General

1. ¿Con que frecuencia se comunica personalmente con los empleados de la empresa?

Bueno, la verdad como se habrá dado cuenta somos una empresa pequeña en personal, para poder transmitirles aciertos y desaciertos lo puedo realizar en cualquier momento, todos los días tengo comunicación con todos.

2. ¿La empresa cuenta con reuniones de grupo, sesiones semanales o alguna otra forma de comunicación con los empleados?

Sí, nosotros cada semana tenemos reuniones para revisar visitas a clientes, estados financieros, medidas de pata y como le comentaba platicamos todos los días y si surge algún inconveniente nos reunimos y lo resolvemos en el momento.

3. ¿Con qué medios cuenta Profaco, S.A. para comunicarse, correo electrónico, alguna red social?

Dentro de la empresa únicamente correo electrónico, no contamos con redes sociales, como Facebook, Instagram nada de eso, todo lo hacemos más personal veámoslo así.

4. ¿El ambiente de trabajo con el personal como lo percibe, es cordial existen roces laborales?

No, no padecemos de eso, todo lo contrario, existe mucha unión, compañerismo o trabajo en equipo, todos nos ayudamos con todo.

5. ¿Qué tipo de capacitación le brinda Profaco a su personal?

Es una capacitación mas interna, nosotros realizamos reuniones para hacerles saber que estamos haciendo bien el trabajo al igual que cuando no, pero más nos

enfocamos en que se identifiquen con la empresa, ahora capacitación como lo que brinda la Cámara de Comercio no, no contamos con el presupuesto para eso.

6. ¿Para que el personal se identifique con la empresa, les hacen extensivo los logros por medio de memorándum o como los hacen participar?

Verbal no hay nada mejor que te feliciten en público, en realidad somos menos de 10 personas y cuando es así celebramos todos.

7. ¿Cómo hacen para que su personal se sienta motivado o Incentivado para que se cumplan los objetivos de la empresa?

Es muy simple reunión de grupo y hacerles conciencia qué si la empresa crece y gana, ganan o ganamos todos, y a su vez por metas alcanzadas, les otorgamos incentivos económicos.

8. ¿Alguna sugerencia que pueda agregar para una mejor comunicación dentro de la empresa?

La verdad yo estoy muy contenta con mi equipo de trabajo, un personal muy colaborador y fiel pero creo que para que funcionen mucho mejor las cosas tienen que estar claras las jerarquías no para decirle yo soy más que otro, noo no no al contrario nadie es más que nadie, pero en el trabajo si tienen que tener claro a quien le tengo que pedir permisos, por ejemplo, entregar informes, obedecer en atribuciones, es para que no se descontrola la cosa y que todo funciones mucho mejor. No contamos con un manual de políticas de la empresa, es la expresión.



Epesista: **Mayra Lorena Flores Lima**

Nombre: _____ **Fecha:** _____

Puesto : _____

ENTREVISTA PARA PERSONAL DE PROFACO, S.A.

1. ¿Cuánto tiempo tiene de laborar en la empresa?
2. ¿Cuándo ingreso a la institución quien le proporcionó información de su puesto y de la empresa?
¿recibió alguna inducción?,
¿tiene clara la visión y misión de la institución?
3. ¿En los procesos de comunicación existe cordialidad, compañerismo, ¿cómo es la convivencia dentro de la empresa?
4. ¿A su criterio están bien definidos los puestos dentro de la empresa o necesitan más personal?
5. ¿Para realizar todas sus atribuciones cuenta con el insumo suficiente para laborar o necesita algo para trabajar mejor?
6. ¿Se siente cómodo laborando para Profaco, si su respuesta es afirmativa, porque se identifica con la empresa?
7. ¿Qué tipo de motivación ha recibido en la empresa?
8. ¿Tiene alguna sugerencia con relación a la mejora de la comunicación dentro la empresa?

Entrevista 1

Datos de la entrevista

Nombre: Diana Beatriz Pulex

Puesto: Asistente de Gerencia

1. ¿Cuánto tiempo tiene de laborar en la empresa?
De estar en la empresa ya llevo 7 años, ocho cumpliré en junio.
2. ¿Cuándo ingreso a la institución quien le proporcionó información de su puesto y de la empresa?
¿recibió alguna inducción?,
¿tiene clara la visión y misión de la institución?
Cuando ingrese quien me dio la información de la empresa fue la administradora, la licenciada Cindy ella me explicó mis atribuciones y me fue explicando cómo se realizaban ciertas cosas que me solicitaban y yo no sabía cómo entregarlas, ya que cada empresa es diferente, sobre la Visión y Misión recuerdo que en una ocasión cuando ya tenía varios años de estar en la empresa vino una licenciada a darnos la capacitación sobre la importancia de la misión y la visión de la empresa, pero exactamente que dice no recuerdo si me las pregunta.
3. ¿En los procesos de comunicación existe cordialidad, compañerismo, ¿cómo es la convivencia dentro de la empresa?
La verdad acá somos poquitos de administración se puede decir que solo el gerente la administradora y yo, entonces existe mucho compañerismo y la convivencia es agradable gracias a Dios, aquí se escucha mas movimiento cuando llegan los vendedores, que también son pocos entonces todos nos llevamos muy bien.
4. ¿A su criterio están bien definidos los puestos dentro de la empresa o necesitan más personal?

Bueno la verdad no está bien definido eso, a mi forma de verlo, porque en mi caso me contrataron para una cosa, pero terminé haciendo cosas que no me corresponden, hago de todo un poquito, que a la vez es bueno porque aprende uno mucho.

5. ¿Para realizar todas sus atribuciones cuenta con el insumo suficiente para laborar o necesita algo para trabajar mejor?

Si tengo de todo lo necesario y cuando me hace falta algo me lo proporcionan rápido, siempre y cuando esté justificado para que lo necesito.

6. ¿Se siente cómodo laborando para Profaco, si su respuesta es afirmativa, porque se identifica con la empresa?

La verdad me siento muy cómoda, es una empresa que me ha dado mucho, como cariño y mucho aprendizaje para trabajar en equipo y eso no en todos lados se encuentra, es una empresa pequeña y por lo mismo uno busca hacer bien su trabajo, quiero mucho a mi empresa.

7. ¿Qué tipo de motivación ha recibido en la empresa?

Bueno aquí nos tratan muy bien cuando alcanzamos una meta y nos dicen es meta de todos y nos llaman nos felicitan nos impulsan a seguir adelante, créame que eso me motiva bastante y por supuesto también incentivos monetarios que no caen nada mal.

8. ¿Tiene alguna sugerencia con relación a la mejora de la comunicación dentro la empresa?

Tal vez que nos dejaran claro a quien debemos pedir permisos por ejemplo porque ya que le cuento que somos pocos, por lo mismo de todo nos damos cuenta y un ejemplo claro de lo que le hablo es los permisos.

Tenemos una jefe inmediata que es la licenciada Cindy se supone que ella es la que nos tiene que otorgar permisos, pero cuando quieren que no les digan que no, no van con ella, van a la gerencia con el dueño y muchas veces eso molesta

porque la licenciada cuenta con ellos pero al dueño no se le puede discutir su decisión, entonces creo que en esa parte si tenemos que mejorar, esa sería mi sugerencia que tengamos claro las jerarquías.

Entrevista 2

Datos de la entrevista

Nombre: Jesús Estrada

Puesto: Empaque y Distribución

1. ¿Cuánto tiempo tiene de laborar en la empresa?
Tengo tres años de estar acá.
2. ¿Cuándo ingreso a la institución quien le proporcionó información de su puesto y de la empresa?
¿recibió alguna inducción?,
¿tiene clara la visión y misión de la institución?
Mi hermana trabaja aquí es la administradora y tiene más de diez años de laborar en Profaco y ella sabe bien todos los puestos de la empresa, ella fue quien me dio la inducción de mi puesto.
Ahora la misión y la visión alguna vez las leí, pero no las tengo presente.
3. ¿En los procesos de comunicación existe cordialidad, compañerismo, ¿cómo es la convivencia dentro de la empresa?
Si aquí todos trabajamos bien, hay mucho compañerismo. Todos nos llevamos bien creo no tenemos problema con eso.
4. ¿A su criterio están bien definidos los puestos dentro de la empresa o necesitan más personal?
No, creo que estamos un poquito desorganizados en ese punto porque no existe personal para cada área, por ejemplo yo estoy en el área de empaque y muchas

veces me toca hacer hasta de mensajero. Pero en realidad créame que no me molesta, que nos toca duro es otra cosa. Pero creo que eso responde su pregunta.

5. ¿Para realizar todas sus atribuciones cuenta con el insumo suficiente para laborar o necesita algo para trabajar mejor?

Sí, no tengo problemas con eso.

6. ¿Se siente cómodo laborando para Profaco, si su respuesta es afirmativa, porque se identifica con la empresa?

Si somos como una familia, me gusta mi trabajo.

7. ¿Qué tipo de motivación ha recibido en la empresa?

Nos hacen sentir parte de los logros de la empresa, el dueño nos habla y hace conciencia que tenemos que seguir dando lo mejor de nosotros, nos habla mucho y es bueno porque te das cuenta que si la empresa está bien uno está bien también. Aparte de los incentivos por metas que nos dan.

8. ¿Tiene alguna sugerencia con relación a la mejora de la comunicación dentro la empresa?

No ninguna, a mi parecer estamos trabajando bien en la forma que estamos.

Entrevista 3

Datos de la entrevista

Nombre: Edgar Coc

Puesto: Visitador y Vendedor

1. ¿Cuánto tiempo tiene de laborar en la empresa?

Tengo ocho años cumplidos

2. ¿Cuándo ingreso a la institución quien le proporcionó información de su puesto y de la empresa?

¿recibió alguna inducción?,

¿tiene clara la visión y misión de la institución?

Haber eh, descripción de mi puesto recuerdo que fue el dueño don Helmut y la licenciada Cindy, ellos dos me ayudaron para saber cómo y que tenía que hacer aquí en mi puesto de trabajo.

Ahora la misión y visión de la empresa también recuerdo que vinieron a darnos una charla de la importancia, pero no se ahora que me pregunta cuál es la misión y la visión.

3. ¿En los procesos de comunicación existe cordialidad, compañerismo, ¿cómo es la convivencia dentro de la empresa?

Si fíjese que aquí todos vamos bajo un mismo fin y todos nos llevamos muy bien, pocas veces ha habido molestias, pero rápido pasan porque en realidad no se puede, siendo tan pocos no hablarle a alguien afecta en el trabajo, entonces aquí todos colaboramos y tratamos que no nos afecten las diferencias que pueda haber.

4. ¿A su criterio están bien definidos los puestos dentro de la empresa o necesitan más personal?

Ese siempre ha sido el problema aquí, porque le repito somos pocos y muchas las atribuciones entonces todos terminamos ayudando a todos para que se cumplan los pedidos o las metas, por ejemplo, pero colaboramos porque a la vez nos beneficiamos todos verdad, aunque no estaría mal contratar más personal para cubrir esa necesidad.

5. ¿Para realizar todas sus atribuciones cuenta con el insumo suficiente para laborar o necesita algo para trabajar mejor?

No tengo problema con eso, tengo lo necesario.

6. ¿Se siente cómodo laborando para Profaco, si su respuesta es afirmativa, porque se identifica con la empresa?

Si me siento cómodo, es una empresa que nos brinda confianza, se preocupan por nuestro bienestar y eso lo hace a uno dar lo mejor.

7. ¿Qué tipo de motivación ha recibido en la empresa?

Pues los mismos jefes son los que nos hablan y nos alientan a que no debemos desmayar ellos se toman el tiempo de motivarnos a dar lo mejor y también nos dan incentivos monetarios.

8. ¿Tiene alguna sugerencia con relación a la mejora de la comunicación dentro la empresa?

No ninguna creo que, en comunicación, no estamos mal.

Entrevista 4

Datos de la entrevista

Nombre: Berny Palencia

Puesto: Visitador y Vendedor

1. ¿Cuánto tiempo tiene de laborar en la empresa?

Tengo 5 años

2. ¿Cuándo ingreso a la institución quien le proporcionó información de su puesto y de la empresa?

¿recibió alguna inducción?,

¿tiene clara la visión y misión de la institución?

La licenciada Cindy fue la que me tuvo la paciencia de explicarme todo lo de mi trabajo.

La verdad no sé nada de la visión y la misión.

3. ¿En los procesos de comunicación existe cordialidad, compañerismo, ¿cómo es la convivencia dentro de la empresa?

Si hay cordialidad nos llevamos muy bien, aquí si no sabemos trabajar en equipo no salimos adelante, si no sabemos aprendemos.

4. ¿A su criterio están bien definidos los puestos dentro de la empresa o necesitan más personal?
Creo que no nos falta mucho en esa parte, lo bueno que si falta alguno todos sabemos hacer su trabajo, todos hacemos de todo.

5. ¿Para realizar todas sus atribuciones cuenta con el insumo suficiente para laborar o necesita algo para trabajar mejor?
Si, ningún problema

6. ¿Se siente cómodo laborando para Profaco, si su respuesta es afirmativa, porque se identifica con la empresa?
Si como le repito nos llevamos muy bien y eso hace que le guste su trabajo, es muy buena empresa.

7. ¿Qué tipo de motivación ha recibido en la empresa?
Charlas constantes de los jefes haciendo conciencia de trabajar bien, dar lo mejor de nosotros y también incentivos por ventas.

8. ¿Tiene alguna sugerencia con relación a la mejora de la comunicación dentro la empresa?
No ninguna

Fotografías



Licda. Cindy Estrada Administradora de Profaco recibe incentivo por parte de epesista Lorena Flores, mayo 2018



Jesus Estrada del depto. de Distribución recibe incentivo por parte de epesista Lorena Flores, mayo 2018



Charlas motivacionales Conociendo mi empresa por conferencista Licda. Lucrecia Morales a personal de Profaco. S.A. junio 2018



Diana Pulex asistente de gerencia, recibe incentivo por parte de epesista Lorena Flores, mayo 2018

Registro de prácticas



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

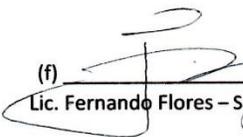


Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Mayra Lorena Flores Lima
No. Carné y DPI: 199919928 y 2550363100101
Jefe o Encargado (a): Licda. Cindy Estrada Morales Administradora General
Institución o Empresa: PROFACO
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: 22/ Al: 25	Mayo		7	7	7	8	X	29 hrs.
2	Del: 28 / Al: 01	Mayo y Junio	6	6	6	6	7	x	31 hrs.
3	Del: 04/ Al: 08	Junio	6	6	6	6	4	x	28 hrs.
4	Del: 11/ Al: 15	Junio	6	6	6	6	4	x	28 hrs.
5	Del: 18/ Al: 22	Junio	6	6	6	6	5	X	29 hrs.
6	Del: 25/ Al: 29	Junio	5	5	X	x	X	x	10 hrs.
7	Del: 02/ Al: 06	Julio	6	6	6	6	6	x	30 hrs.
8	Del: 09/ Al: 13	Julio	6	6	6	6	5	x	29 hrs.
9	Del: 16/ Al: 20	Julio	7	7	7	7	5	x	33 hrs.
10	Del: 23/ Al: 27	Julio	6	6	6	6	6	x	30 hrs.
11	Del: 30/ AL: 03	Julio Agosto	5	5	5	5	3	x	23 hrs.
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA ACUMULADAS									300 hrs.

(f) 
PROFACO S.A.
 Licda. Cindy Estrada
 40 Av. 2-47. ZONA 7 LOMAS DE COTIÓ
 TELS. 2431-5541/2437-1723/2431-5721
 DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS

(f) 
 Lic. Fernando Flores – Supervisor EPSL
