

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



**ESTRATEGIAS PARA LA COMUNICACIÓN INTERNA  
EN REPRESENTACIONES LATINOAMERICANAS, S. A.  
Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura**

**Presentado al Honorable Consejo Directivo por:**

**Alicia Mishel Estefani Alonzo**

**200715697**

**Previo a portar el título de:**

**Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

**Guatemala octubre, 2019**

**Consejo Directivo:**

**Director:**

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

**Representantes Docentes:**

M.A Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijilio

**Representantes Estudiantiles:**

Gabriela Eugenia Menegazzo

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

**Representante de Egresados:**

M.A. Jhonny Michael González Batres

**Secretaria:**

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

**Coordinador de EPS Licenciatura**

M.A. Luis Arturo Pedroza Gaytán

**Supervisores de EPS Licenciatura**

M.A. Evelin Lisseth Hernández Mazariegos

Lic. Josué Othoniel Andrade de la Cruz

Licda. Krista María Ramírez Nájera



Guatemala, 09 de septiembre de 2019

M.A. Luis Pedroza  
**Coordinador**  
*Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura*  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Maestro Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que la estudiante epesista **Alicia Mishel Estefani Alonzo** con número de carné: **200715697** de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en el **Departamento de Medios** cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **14 de mayo** al **20 de julio** de **2019** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: **"Estrategias para la Comunicación Interna, para la implementación de cartelera comunicacional, basada en la metodología SCRUM"**. entregando el material respectivo y debidamente recibido por: **Representaciones Latinoamericanas, S.A.**

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

*Atentamente,*

Geydy Villatoro  
Gerente General



15ave. "A" 24-22, Oficina 4 Zona 13  
Móvil: 4023-1658 Telefax: 2361-5587  
[WWW.Relasa.com](http://WWW.Relasa.com)



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



Guatemala, 8 de octubre de 2019

Estudiante  
Alicia Mishel Estefani Alonzo  
Carné: 200715697  
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 LA COMUNICACIÓN INTERNA EN REPRESENTACIONES LATINOAMERICANAS, S. A.". El citado trabajo llena los requisitos del 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 del 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"

  
M.A. Evelyn Hernández  
Supervisor EPS de Licenciatura

  
Vo. B. M.A. Luis Pedraza  
Coordinador EPS de Licenciatura



Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad

[www.comunicacion.usac.edu.gt](http://www.comunicacion.usac.edu.gt)

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12, Teléfono: (502) 2418-6930 Telefax: (502) 2418-8939



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

## DEDICATORIA

**A DIOS:** Por darme la vida, su amor, el entendimiento y sabiduría para tener la capacidad de formarme académicamente y culminar una meta tan importante para mí.

**A MI MADRE:** Azucena Alonzo, gracias a ella por confiar en mí, darme ese apoyo maternal, los consejos sabios para defenderme en la vida y educarme con amor incondicional.

**A MI ESPOSO:** Rafael Sánchez quien Dios me puso en mi camino para formar un hogar y estar a mi lado, apoyándome en las etapas de mi vida matrimonial y académica.

**A MI PRIMER HIJA:** Denisse Sánchez lo más bello que Dios me permitió tener en mi vida. Una niña de nueve años; inteligente, centrada, noble, con carácter y muchas virtudes que veo en ella, son mi inspiración de salir adelante cada día.

**A MI SEGUNDA HIJA:** Scarlet Sánchez lo más hermoso que Dios me permitió tener en mi vida. una niña de siete años; inteligente, espontánea, risueña, segura de sí misma y muchas virtudes que veo en ella, son mi inspiración de salir adelante cada día.

Dedico de manera especial a mis dos grandes amores que Dios me ha regalado; son mi vida entera, las amo y las bendigo, ellas han sido el motivo de seguir adelante.

## **AGRADECIMIENTOS**

A **DIOS** por darme la vida y la capacidad de estudiar para prepararme académicamente.

A la **UNIVERSIDAD DE SAN CARGLOS DE GUATEMALA**, casa de estudios privilegiada, donde me he forjado profesionalmente.

A la **ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**, a todos los docentes que compartieron sus conocimientos con mi persona.

Al **LIC. LUIS PEDROZA**, por su carisma y corazón para tratar a los estudiantes y por brindarme su confianza y apoyo oportuno para este proyecto.

A **MSc. SERGIO MORATAYA**, por ofrecer el espacio a epesistas en nuestra querida ECC.

A la **LICDA. EVELYN HERNÁNDEZ** por su asesoría profesional y la atención cordial que mantuvo con mi proyecto comunicacional.

A la **LIC. GEYDY VILLATORO**, quien me abrió las puertas y confió en mí, para implementar el proyecto comunicacional dentro de la empresa y también por sus consejos profesionales.

Al **LIC. JOSUÉ ANDRADE** por su atención cordial y por facilitarnos la entrega de los trabajos por medio de tutoriales, que nos aportó vía virtual

## ÍNDICE

RESUMEN.....	I
INTRODUCCIÓN .....	III
JUSTIFICACIÓN.....	IV
1. DIAGNÓSTICO .....	1
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO .....	1
1.1.1. Objetivo General .....	1
1.1.2. Objetivos Específicos .....	1
1.2.1. Ubicación geográfica.....	1
1.2.2. Integración y Alianzas (si existen) .....	2
1.2.3. Antecedentes o historia.....	2
1.2.5. Misión.....	3
1.2.6. Visión.....	3
1.2.7. Objetivos institucionales.....	3
1.2.8. Público objetivo.....	4
1.2.9. Organigrama .....	4
1.3.1. Descripción del Método.....	5
1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección .....	6
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico .....	8
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS.....	9
1.4.1. Ficha de observación .....	9
1.4.3. Resultado de las entrevistas .....	12
1.4.4. Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados.....	15
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN .....	16
1.5.1. FODA .....	16
1.5.1.1. Fortalezas .....	16
1.5.1.2. Oportunidades .....	16
1.5.1.3. Debilidades .....	17
1.5.1.4. Amenazas .....	17
CAPÍTULO II .....	18
2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....	18



2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES .....	18
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....	19
2.2.1. Objetivo General: .....	19
2.2.2. Objetivos específicos: .....	20
2.3. PÚBLICO OBJETIVO .....	20
2.4. Mensaje.....	21
2.5. ESTRATEGIAS.....	21
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN.....	21
CAPÍTULO III .....	26
3. INFORME DE EJECUCIÓN .....	26
3.1. PROYECTO DESARROLLADO.....	26
3.1.1. Financiamiento .....	26
3.1.2. Presupuesto.....	26
3.1.3. Beneficiarios.....	27
3.1.4. Recursos Humanos .....	27
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción .....	28
a. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS .....	28
b. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....	37
c. CONTROL Y SEGUIMIENTO .....	37
CONCLUSIONES .....	38
RECOMENDACIONES .....	39
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	40
BIBLIOGRAFÍA.....	43
E GRAFIA.....	44
ANEXOS.....	45

## **RESUMEN**

### **Nombre de la Institución:**

Representaciones Latinoamericanas, S. A.

### **Nombre del Proyecto:**

Estrategias para fortalecer la comunicación interna de Representaciones Latinoamericanas, S. A.

### **Objetivos del Proyecto:**

#### **General:**

Diseñar e implementar herramientas para fortalecer la comunicación interna de la empresa Representaciones Latinoamericanas, S. A.

#### **Específicos:**

- Implementar una cartelera para obtener una comunicación interna; efectiva, participativa y creativa
- Fortalecer el trabajo en equipo por medio de capacitaciones.
- Calendarizar las fechas importantes de la empresa, como lo son los cumpleaños, aniversario.

**Sinopsis:**

Representaciones Latinoamericanas, S. A. Es una empresa que se dedica a la publicidad en medios de comunicación. De tal manera que es importante analizar cómo maneja la empresa la comunicación interna entre los colaboradores y sus clientes a través de las diferentes técnicas e instrumentos de recolección de datos como la observación y la entrevista.

En el transcurso de las prácticas se diagnosticaron algunas debilidades en la comunicación interna con los colaboradores, de tal manera que se desarrolló un Plan De Comunicación para definir las estrategias y así poder fortalecer la comunicación interna de la empresa

Para complementar el proyecto se presentaron algunas acciones que fueron aprobadas y ejecutadas en la empresa. Y por último se hizo el control y seguimiento debido para culminar con las prácticas del EPS de licenciatura.

## INTRODUCCIÓN

De acuerdo con el trabajo que se elaboró en la empresa Representaciones Latinoamericanas, S.A. se pudo observar la forma de implementar estrategias de comunicación interna que fueran útiles para la institución.

El diagnóstico contó con los métodos de investigación cualitativa utilizando las herramientas de la observación directa y entrevistas semiestructuradas, para llevar a cabo un análisis efectivo sobre la comunicación interna, basado con su funcionalidad diaria.

En cuanto al Plan de Comunicación Interna, se implementó una cartelera comunicacional, basada en una metodología Scrum y se fortaleció la comunicación interna por medio de capacitaciones y charlas periódicas para mejorar el clima laboral.

Con respecto a la ejecución en la primera acción se presentó una capacitación para dar a conocer el uso de la cartelera comunicacional basada en una metodología Scrum, con el propósito de aplicar buenas prácticas y trabajar colaborativamente en equipo, para obtener el mejor resultado posible de un proyecto determinado.

En la segunda acción se capacitó al personal informándoles sobre las políticas básicas que debe considerar una empresa, entre ellas podemos mencionar; políticas de identidad, política de proyectos, política de transparencia entre otros. Con el fin de mantener una comunicación estable. Así mismo se contó con una actividad interpersonal.

Y en una tercera acción se efectuó una charla en donde su objetivo fue reforzar el clima laboral entre los colaboradores, dándoles a conocer la importancia de pertenecer en la empresa, por medio de actividades dinámicas.

## **JUSTIFICACIÓN**

Representaciones Latinoamericanas, S. A. Es una agencia publicitaria de medios de comunicación externa, sin embargo, es importante atender cómo se encuentra el estado de la comunicación interna dentro de una empresa que domina este campo para sus clientes.

La comunicación interna en una empresa es importante, porque es el inicio de una organización eficaz. Permite que los colaboradores se mantengan informados y convivan en armonía.

En el caso de Representaciones Latinoamericanas, S.A. fue necesaria la implementación de estrategias de comunicación interna, para mejorar algunas debilidades que se encontraron en el recorrido del proyecto con el objetivo de obtener una convivencia estable.

Con el proyecto implementado en la empresa, se tuvo la oportunidad de brindar herramientas oportunas y necesarias. Aplicando una comunicación diaria, afectiva y participativa. Con el fin de lograr que los colaboradores interactúen entre sí, por medio de una cartelera

# CAPÍTULO I

## 1. DIAGNÓSTICO

Diagnóstico sobre la comunicación interna en agencia Representaciones Latinoamericanas, S. A.

### 1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

#### 1.1.1. Objetivo General

Efectuar un diagnóstico sobre la comunicación organizacional interna de la empresa.

#### 1.1.2. Objetivos Específicos

- Analizar cómo maneja la comunicación interna la agencia publicitaria.
- Evaluar las herramientas de comunicación que utiliza la empresa.
- Identificar los flujos y recursos comunicacionales con los que cuenta la empresa.

## 1.2. LA INSTITUCIÓN

Representaciones Latinoamericanas, S.A.

### 1.2.1. Ubicación geográfica

15 avenida “A” 24-22, Oficina # 4, Zona 13



Fuente: Google Maps, 2018

### **1.2.2. Integración y Alianzas (si existen)**

Representaciones Latinoamericanas, S. A. Es una agencia privada, no cuenta con alianzas.

### **1.2.3. Antecedentes o historia**

Representaciones latinoamericanas, s. A. (Relasa), Es una agencia comercializadora de medios, fundada el 23 de agosto de 2010 por el Licenciado Luis Jaime Sánchez Ávila, con el objetivo de brindar servicios de producción de audio y video, medios escritos, multimedia, Storyline; principalmente pautas publicitarias por medio de las empresas de Cable TV.

Durante sus 8 años ha tenido la experiencia de interactuar con una cantidad de clientes, brindando calidad de servicio y sobre todo apoyándose con las empresas de Cable TV para cubrir pautas publicitarias, siendo ellos con los que mayor movimiento posee la agencia.

### **1.2.4. Departamentos o Dependencias**

Representaciones Latinoamericanas, S.A. está formado por varios departamentos, cada uno con sus diferentes atribuciones, entre ellas mencionamos las siguientes:

**Dirección General:** Se encarga del desarrollo de planes estratégicos y la ejecución de las metas, así mismo vela por la transparencia y administración correcta de los recursos monetarios y físicos. Promueve el desarrollo y cuidado del recurso humano.

**Departamento de Operaciones y Gerencia General:** Brinda un adecuado soporte, mantienen actualizadas las funciones y responsabilidades de los diferentes departamentos dentro de la empresa, controla y administra los recursos humanos, financieros y materiales que le sean asignados para el cumplimiento de la planificación anual, además de mantener las mejores relaciones laborales con todo el personal bajo su cargo, velando por el cumplimiento del reglamento interno.

**Departamento de Marketing Digital:** Tiene a su cargo al Community Mannager y al Diseñador Gráfico, quienes se encargan de ejecutar las campañas digitales, como; la creación de imagen, edición de fotografía y video.

**Departamento de Ventas:** Es el área encargada de la distribución y venta de los espacios televisivos de los medios de comunicación TV en cable y Marketing Digital, promueve las pautas publicitarias, con el propósito de alcanzar las metas trazadas mensualmente.

#### **1.2.5. Misión**

Crear las soluciones adecuadas a través de la creatividad, planeación y estrategias para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

#### **1.2.6. Visión**

Convertirnos en una agencia de publicidad reconocida, que brinde todo tipo de servicios publicitarios y cumplir con los objetivos de nuestros clientes.

#### **Valores**

- ✓ Servicio al cliente
- ✓ Creatividad
- ✓ Trabajo en equipo
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Actividad positiva

#### **1.2.7. Objetivos institucionales**

El Objetivo Principal de Representaciones Latinoamericanas, S. A. Es mantenerse a la vanguardia de la tecnología y eficacia en servicios, haciendo la diferencia de las demás empresas.

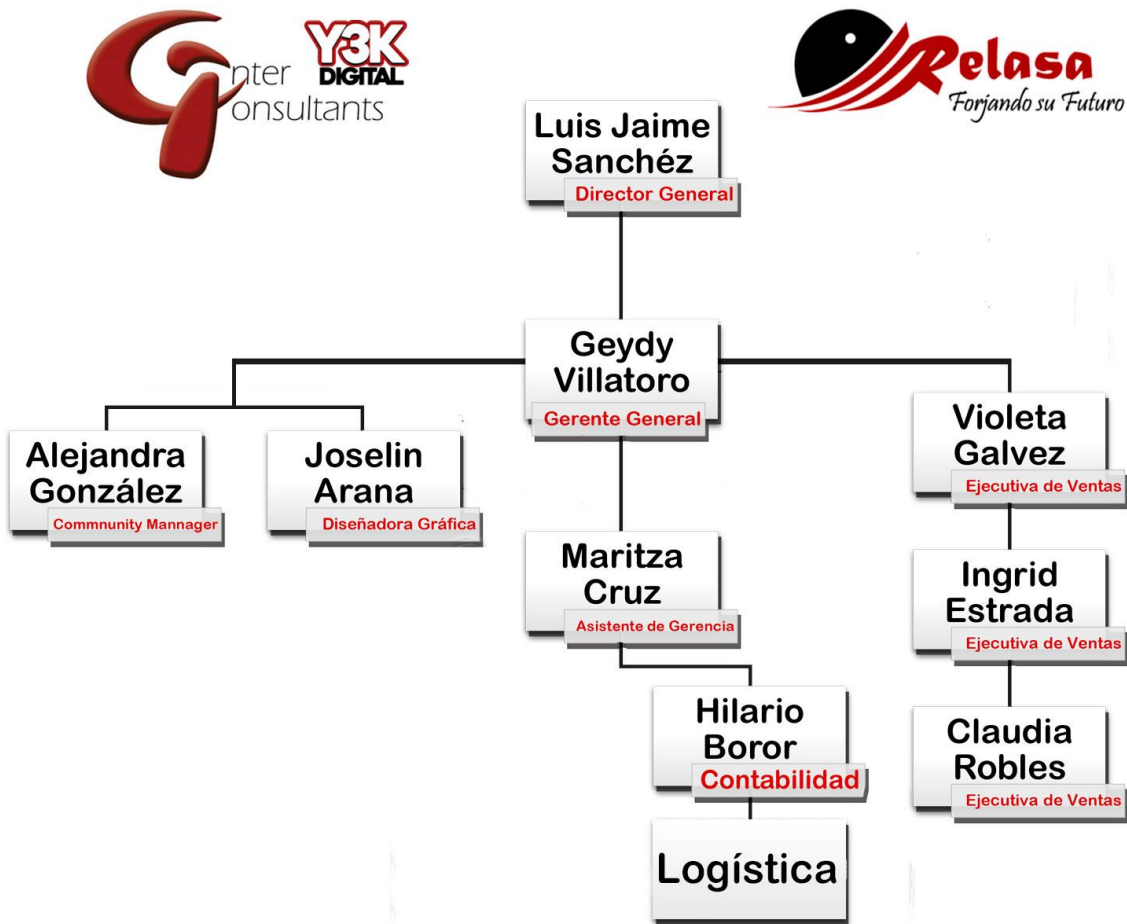
- Tener un Sistema de Información y monitoreo confiable.
- Proveer al cliente las pautas en el tiempo estipulado con su bonificación acordada.



### 1.2.8. Público objetivo

El Grupo objetivo está comprendido en habitantes de toda la república de Guatemala, con un nivel socioeconómico medio – alto, que requieran los servicios de publicidad por medio de televisión por cable y marketing digital.

### 1.2.9. Organigrama



Fuente: Departamento Administrativo RELASA

### **1.3. METODOLOGÍA**

Son lineamientos para seguir para una investigación, explorada por medio de un estudio para determinar un objetivo. Dependerá de lo encontrado para que se considere válido y proponga poner en práctica una idea. Con el fin de mejorar.

Existen diferentes tipos de método, entre ellos está el método cualitativo, cuantitativo y mixto, éste último abarca mecanismos de los dos primeros. Según el tema a desarrollar se escogerá el tipo de método que mejor se adapte a la investigación. (Sampieri, y otros, 2010)

#### **1.3.1. Descripción del Método**

Según (Sampieri, y otros, 2010) afirma que el método cualitativo inició con desplazarse a modo de verificación de supuestos efectos al descubrimiento. De modo que podría concebirse un programa que tuviese efecto deseado tanto sospechosos como insospechosos.

El enfoque cualitativo se selecciona cuando se busca comprender la perspectiva de los participantes (individuos o grupos pequeños de personas a los que se investigará) acerca de los fenómenos que los rodean, profundizar en sus experiencias, perspectivas, opiniones y significados, es decir, la forma en que los participantes perciben subjetivamente su realidad. También es recomendable seleccionar el enfoque cualitativo cuando el tema del estudio ha sido poco explorado, o no se ha hecho investigación al respecto en algún grupo social específico. (Sampieri, y otros, 2010)

Uno de los intereses por el cual tuvo posicionamiento el método cualitativo fue la educación, ya que en ella se sostuvo un énfasis de descubrimiento, guiado por medio de una investigación evaluativa. (Méndez, 2005)

En esta oportunidad se utilizó el método cualitativo, porque idónea para encontrar la información necesaria, para impartir temas en específico en una capacitación y lograr reforzar las posibles debilidades sobre la comunicación interna de la agencia publicitaria, Representaciones Latinoamericanas, S. A.

### 1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección

#### Observación

Los propósitos esenciales de la observación en la inducción cualitativa son:

- a) Identificar problema (Sampieri, y otros, 2010)
- b) Comprender procesos, vinculados entre personas y sus situaciones o circunstancias, los eventos que suceden a través del tiempo, los patrones que se desarrollan, así como los contextos sociales y culturales en los cuales ocurren las experiencias humanas (García Vargas, 2007)
- c) En la investigación cualitativa es necesario observar todos los detalles posibles, para una búsqueda de posibles situaciones que puedan estar faltando en una empresa. “observación investigativa” no se limita al sentido de la vista, implica todos los sentidos. (Sampieri, y otros, 2010).
- d) La observación requiere una actitud controlada, disciplinada, consciente (saber lo que hay que mirar) y entrenada. Para poder alcanzar significados consistentes y evitar, tanto la dispersión, que conduce a la ambigüedad o el vacío semántico, como las interpretaciones mediatizadas por la efectividad, el prejuicio o las expectativas del observador. (Jiménez, 1998)
- e) Ordenar las etapas de la investigación; aportar instrumentos para manejar la información; llevar un control de los datos y orientar la obtención de conocimientos. (Ruiz, 2008).

La observación se aplicó, compartiendo con cada compañero, en sus labores diarias, conociendo sus conductas interpersonales, conviviendo en los tiempos de recesos. El cual nos dio el parámetro para saber cuáles fueron las áreas que se debían reforzar, para una mejor comunicación interna.

## **Entrevistas**

La Entrevista según (Valles, 2007) es “El producto resultante de las preguntas tal como son percibidas por los informantes y de las circunstancias socio situacionales dentro de las cuales las preguntas se les plantearon”

“La técnica de entrevista debe cumplir dos aspectos importantes: el primero; no sesgar el proceso comunicativo y el segundo; proporcionar una interacción social que ayude al entrevistado a informar adecuadamente. Con esto se estaría cumpliendo con las características de fiabilidad y validez que conlleva una entrevista” (Valles, 2007)

Las entrevistas se dividen en estructuradas, semiestructuradas o no estructuradas, o abiertas. (Sampieri, y otros, 2010)

En esta oportunidad se efectuó la entrevista semiestructurada, donde se formularon cinco preguntas a cada colaborador. Para determinar cómo mantenían ellos la comunicación interna, y si consideraban necesaria una herramienta, para facilitar el acceso a la comunicación entre ellos.

Las preguntas y respuestas que se efectuaron dieron a conocer sus pensamientos, y saber como se sienten dentro de la empresa. Todas las respuestas fueron válidas y argumentadas por cada uno.

La entrevista como la observación permitieron descubrir los hallazgos que se obtuvieron, para reforzar la comunicación interna entre los colaboradores de la agencia Representaciones Latinoamericanas, S. A.

### 1.3.3. Cronograma del Diagnóstico

CRONOGRAMA DE DIAGNÓSTICO																																
ACTIVIDADES	ENERO																	FEBRERO														
	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
Actividades Propedeúico de EPS	1	1	1	1	1																											
Solicitud de carta para realizar EPS en la Institución											1																					
Observación y estudio del diagnóstico en la Institución														1	1																	
Elaboración de la estructura del diagnóstico																1	1															
Recopilación de información de la Institución																			1	1	1											
Realización de entrevistas																						1	1									
Elaboración de radiografía de la Institución																								1	1							
Análisis de datos																									1	1						
Redacción de diagnóstico																										1	1	1	1	1	1	
Entrega del Diagnóstico																															1	

Fuente: Mishel Alonzo 2019, formato del cronograma de Gantt

## 1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

### 1.4.1. Ficha de observación

#### Observación



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
EPS Licenciatura 2018



Guía de Observación  
sobre la comunicación interna de agencia RELASA

#### Datos generales

Fecha: 28 de enero de 2019

Nombre de la agencia: Representaciones Latinoamericanas, S. A.

Dirección: 15 Avenida "A", 24-22, Oficina # 4, Zona 13 Ciudad Guatemala

Observador: Alicia Mishel Estefani Alonzo

Tema: Comunicación Interna

#### Resumen

Referente a la aplicación de una de las técnicas del método cualitativo se pudo observar en la agencia de Representaciones Latinoamericanas, S.A. La relación de los colaboradores es de manera cordial y respetuosa, lo que se ve reflejado en el desempeño de sus actividades.

Como medio de comunicación principal utilizan el canal verbal, luego se utiliza el sistema gratuito de mensajes WhatsApp y por último el correo electrónico. Sin embargo, al momento de ejercer sus labores diarias carecen de un sistema que permita el control y seguimiento de los proyectos en curso, así mismo un calendario de actividades internas.

Por las mañanas tienen como forma de convivencia reunirse antes de iniciar sus labores, para comentar los avances, compartir ideas sobre un proyecto, tomando en cuenta las ventajas y desventajas de lo que implica modificar ciertas labores.

Los supuestos cambios que surgen de forma verbal quedan únicamente en palabras. Ya cada quien sabe qué es lo que debe modificar en su trabajo. Y así es como continúan su rutina laboral.

La confianza que se maneja en el personal hace que trabajen de una forma libre, creativa, sin necesidad de hostigamiento de trabajo. Cada uno sabe qué es lo que debe efectuar y entregar.

Sin embargo, las conversaciones y proyectos a realizar necesitan de un control para saber en qué fase se encuentra cada colaborador. Y lograr evitar posibles desacuerdos.

En resumen, es indispensable la implementación de nuevos formatos que permitan tener un registro de las comunicaciones para posteriores consultas y de esta manera resolver la comunicación inexacta, incomprendida y malos entendidos.

### 1.4.2. Ficha de entrevista

Formato de entrevista semi estructurada



**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**  
**ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**  
**EPS LICENCIATURA 2018**



Entrevista sobre la comunicación interna de la empresa  
Representaciones Latinoamericanas, S. A.

#### Datos generales

Fecha: \_\_\_\_\_ Hora: \_\_\_\_\_  
Lugar: \_\_\_\_\_  
Entrevistador: \_\_\_\_\_  
Entrevistado: \_\_\_\_\_  
Puesto: \_\_\_\_\_  
Departamento donde labora: \_\_\_\_\_

1. ¿Te gusta lo que haces en tu trabajo? Si tu respuesta es afirmativa, describe lo que más te gusta hacer

\_\_\_\_\_

2. ¿Cuál fue tu proyecto favorito del año pasado?

\_\_\_\_\_

3. ¿Hay una comunicación afectiva y amigable dentro de la agencia?

\_\_\_\_\_

4. ¿Manejan un registro de los proyectos que están elaborando dentro del mes? Si tu respuesta es SI ¿Cuál es? Y si es NO ¿Qué sugerirías?

\_\_\_\_\_

5. ¿Consideran necesaria una metodología, para llevar un control de proyectos?

\_\_\_\_\_

6. ¿Qué se puede mejorar en la agencia?

\_\_\_\_\_



Observaciones:

La entrevista es totalmente confidencial

Fuente de modelo de entrevista: (Sampieri, y otros, 2010)

### 1.4.3. Resultado de las entrevistas

Ficha de entrevista # 1
Entrevistador: Mishel Alonzo Nombre del Entrevistado: Geydy Villatoro Cargo: Gerente General Fecha: 4 de febrero de 2019 Tema: Comunicación Interna de proyectos
Resumen
La licenciada Geydy expone que le encanta su trabajo, así mismo afirma que existe una comunicación amigable con los colaboradores. Considera necesaria la implementación de una estrategia comunicacional. El proyecto que más le ha gustado del año pasado fue la creación de un nuevo departamento en la agencia. Y los aspectos a mejorar son; la comunicación y mensajes que se transmiten hacia los clientes por medio de la Asistentes de Gerencia. Deben ser claros y entendibles tal y como se emiten desde Gerencia.
Ficha de entrevista # 2
Entrevistador: Mishel Alonzo Nombre del Entrevistado: Alejandra González Ariano Cargo: Director Community Manager Fecha: 4 de febrero de 2019 Tema: Comunicación Interna de proyectos
Resumen

Alejandra González, afirma que le gusta lo que realiza en su trabajo, confirma que hay una buena comunicación y que sí considera necesaria una metodología, para tener un mejor orden. El proyecto que más le gustó del año pasado fue el de imagen corporativa EPS. En cuanto a las cosas que considera mejorar dentro de la empresa es que exista un calendario de actividades para el personal de la agencia.

### Ficha de entrevista # 3

Entrevistador: Mishel Alonzo  
Nombre del Entrevistado: Joselin Arana Orellana  
Cargo: Diseñadora Grafica  
Fecha: 4 de febrero de 2019  
Tema: Comunicación Interna de proyectos

### Resumen

Joselin Arana Orellana afirma que existe una comunicación afectiva y amigable dentro de la agencia. Así mismo está de acuerdo con la implementación de una estrategia, para llevar un control de los proyectos realizados. Su proyecto que más le ha gustado del año pasado es la elaboración de artes para mejoramiento de identidad. Así mismo considera que la agencia podría mejorar en recibir capacitaciones para actualizar a los colaboradores sobre las tendencias.

### Ficha de entrevista # 4

Entrevistador: Mishel Alonzo  
Nombre del Entrevistado: Maritza Cruz  
Cargo: Asistente Gerencia General  
Fecha: 4 de febrero de 2019  
Tema: Comunicación Interna de proyectos

## Resumen

Maritza Cruz, también asegura que tienen una buena comunicación interna. Ella considera necesario presenciar capacitaciones para llevar un control de proyectos, para alcanzar metas. Las mejoras de la agencia, comenta, que sería bueno tener un espacio para fechas importantes. También considera la colocación de una cámara, para ver a las personas que conoce y permitirles el ingreso debido.

Los resultados muestran que hay una buena comunicación interna con los colaboradores de la agencia. Sin embargo, falta reforzarla por medio de la implementación de nuevos canales de comunicación como las capacitaciones, cartelera, calendario de actividades internas (aniversario de la empresa, cumpleaños del personal). Esto con el objetivo de brindar una estabilidad interna, donde los colaboradores se sientan importantes, para que eso se refleje en su desempeño laboral. Y que permita por medio de herramientas crear un sistema de comunicación viable y útil.

#### 1.4.4. Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados

Preguntas	Puntos de Encuentro	Puntos de Disensos
1. ¿Te gusta lo que haces en tu trabajo?	Se afirma que todos se sienten a gusto con su trabajo que realizan.	Los entrevistados coinciden en sus respuestas, no existen disensos
2. ¿Cuál fue tu proyecto favorito del año pasado?	Cada colaborador menciona un proyecto en específico. Es decir, tienen en mente los trabajos que efectúan.	Los entrevistados mencionan sus propias experiencias laborales
3. ¿Hay una comunicación afectiva y amigable dentro de la agencia?	Todos coinciden que sí mantienen una comunicación agradable entre ellos.	Los entrevistados coinciden en sus respuestas, no existen disensos
4. ¿Manejan un registro de los proyectos que estén elaborando dentro del mes?	Todos confirmaron que sí manejan un registro de proyectos.	Los entrevistados coinciden en sus respuestas, no existen disensos
5. ¿Consideran necesario una hoja de ruta empresarial, para llevar un control de proyectos?	Aseguraron todos que sí es necesaria la implementación de una estrategia de comunicación (Cartelera)	Los entrevistados coinciden en sus respuestas, no existen disensos
6. ¿Qué se puede mejorar dentro de la agencia?	Capacitaciones, estrategias, metodologías, calendario de actividades internas	Los entrevistados presentan sus puntos de vista para mejorar

## 1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN

### 1.5.1. FODA

FODA
<p>FODA Comunicacional</p> <p>Para la realización de este diagnóstico se describirán las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en la empresa Representaciones Latinoamericanas, S. A.</p>

#### 1.5.1.1. Fortalezas

Fortalezas
<p>Representaciones Latinoamericanas, S. A. Cuenta con diferentes herramientas de comunicación interna de correo electrónico, WhatsApp, App, llamadas telefónicas y reuniones con los colaboradores de forma oportuna.</p> <p>- El Director, Gerente General y Gerentes de los distintos departamentos tienen reuniones frecuentes para dar a conocer la planificación de actividades que se realizan semanalmente.</p>

#### 1.5.1.2. Oportunidades

Oportunidades
<p>-Los colaboradores obtienen experiencia en su trabajo.</p> <p>-El personal cuenta con un horario accesible.</p> <p>-Retroalimentarse con capacitaciones para ir a la vanguardia de la tecnología.</p>

### **1.5.1.3. Debilidades**

#### **Debilidades**

- Sus proyectos los tienen registrados. Sin embargo, no cuentan con una cartelera comunicacional. Para llevar un control de los trabajos que realizan a los clientes.
- Control de los clientes que mayor trabajo les genera la agencia. Para mantenerlos en un estatus de prioridades.
- No cuentan con un calendario de actividades internas.

### **1.5.1.4. Amenazas**

#### **Amenazas**

Debido a la carencia de un Registro de proyectos, afecta a que el colaborador trabaje en base a objetivos, metas y por supuesto desempeño laboral competitivo. La falta de atención al personal interno, con actividades. Crea inestabilidad a los mismos.

## **CAPÍTULO II**

### **2. PLAN DE COMUNICACIÓN**

El Plan de comunicación es la implementación de una cartelera comunicacional, para reforzar la comunicación interna de Representaciones Latinoamericanas, S.A. apoyado de una metodología Scrum. Donde los colaboradores se integran para trabajar en equipo.

El cual consiste en la participación de todos los colaboradores. Ya que ellos serán los únicos en llevar su sistema de control, colocando post its en la cartelera de los proyectos que están ejecutando. Se dividirá en tres o cuatro secciones, dependiendo de las necesidades que vayan exponiendo los mismo.

Cada post its será rotado de acuerdo a su avance del proyecto. Teniendo como partida un inicio, un proceso y un final del proyecto. Esto con el fin de utilizar una cartelera dinámica, innovadora y por supuesto comunicacional.

Esta metodología brinda la comunicación exacta y eficaz para todo aquel que desee trabajar integralmente y practicar en conjunto sus habilidades. Y Tenga a su alcance la información necesaria para saber el estatus de su trabajo y el de los demás colaboradores que encadenan un proyecto. Además, proporciona el índice de los proyectos a ejecutar, esto con el fin de medir los avances o posibles retrasos que se puedan estar dando.

#### **2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES**

La agencia publicitaria Representaciones Latinoamericanas, S.A. Es una agencia publicitaria de medios de comunicación externa. Proporciona ideas de Marketing, efectúa los diseños para cable de ciertos productos, entre otros.

Atender la comunicación externa de sus clientes, es una ventaja para poder ser afines a las mejoras que se le brindan a la empresa sobre la comunicación interna. Eso ha beneficiado a la agencia y ha dado apertura para que otros profesionales integren sus conocimientos sobre la comunicación.

La empresa Representaciones Latinoamericanas, S.A. en años anteriores ha aplicado tres estrategias comunicacionales, detalladas a continuación:

La primera estrategia comunicacional que poseen es sobre, “Estrategia para Fortalecer la Comunicación Interna en la Agencia Interconsultanst, S.A.”

La segunda implementación fue “Estrategia de Comunicación Interna en el Departamento Administrativo de la empresa Representaciones Latinoamericanas, S.A. para la implementación de un reglamento interno y manual de conducta.

La tercera implementación fue Estrategias para fortalecer la Comunicación Interna en Representaciones Latinoaméricas, S.A.

## **2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN**

### **2.2.1. Objetivo General:**

Implementar una herramienta para fortalecer la comunicación interna.



### 2.2.2. Objetivos específicos:

- Informar a los colaboradores de la agencia publicitaria, Relasa. Sobre sus proyectos que están ejecutando durante un período determinado.
  
- Renovar herramientas para la comunicación interna del Ejercicio Profesional Supervisado.
  
- Optimizar el clima laboral.
  
- Elaborar actividades de convivencia integral para el Ejercicio Profesional Supervisado
  
- Capacitaciones sobre comunicación interpersonal.

### 2.3. PÚBLICO OBJETIVO

Interno: personas que laboran en la agencia publicitaria Relasa, S.A.

Aspecto Demográfico
El plan está dirigido a una población, en este caso los colaboradores internos de Representaciones Latinoamericanas, S.A. Hombres y mujeres de 24 años en adelante.
Aspecto Psicográfico
La empresa está conformada por colaboradores jóvenes desde 24 años hasta 61 años de edad, empresarios, el 75% son solteros y profesionales.
Aspecto Geográfico

El área aledaña de las viviendas de los colaboradores es: metropolitana zona 15, zona 18, Villa Nueva, San Cristóbal, San Lucas, Boca del Monte y San Miguel Petapa,

Fuente: Mishel Alonzo (2019)

## **2.4. Mensaje**

“Equipo integral y colaborativo”

El mensaje promueve a que los colaboradores trabajen en equipo. Hacerles ver que ellos son una parte fundamental en la empresa y que la colaboración de todos hace que los resultados sean eficaces.

## **2.5. ESTRATEGIAS**

La estrategia para seguir será proporcionar herramientas de comunicación para que los colaboradores se mantengan informados e interactúen entre sí. Utilizando una Cartelera de comunicación, basada en una metodología Scrum.

## **2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN**

## Acción 1

A qué estrategia responde la acción	Capacitación
Problema	Informar a los colaboradores, sobre el uso de la cartelera, basado en la metodología Scrum para la ejecución de los proyectos a seguir.
Producto	Cartelera
Objetivo comunicacional	Capacitar sobre el uso de la cartelera, fortalecer la comunicación, innovar, trabajar en equipo, colaboración y participación...
Público Objetivo	Colaboradores internos
Medio de difusión	Videos, reuniones.

### Primera Capacitación

Nombre de la capacitación	Uso de Cartelera para la Comunicación Interna
Objetivo	Capacitar a los colaboradores internos sobre el uso de la cartelera, basado en la metodología Scrum, para reforzar la comunicación Interna.
Duración	2 horas
Contenido	Videos, y charlas
Materiales a Utilizar	Cañonera, libreta de anotaciones, lapiceros, borrador, lápiz, post it, marcadores.
Al finalizar	Coffe Break

Hora	8:30 am
Lugar	Sala de Reuniones Relasa
Expositor	Rafael Sánchez, Analista de Proyectos
Tema	Uso de cartelera para la comunicación interna.

### Acción 2

A qué estrategia responde la acción	Capacitación
Problema	Reforzar la comunicación interna.
Producto	Capacitaciones
Objetivo comunicacional	Informar, integrar, fortalecer, trabajar en equipo, colaboración, participación...
Público Objetivo	Colaboradores internos
Medio de difusión	Impresos, videos, reuniones.

### Segunda Capacitación

Nombre de la capacitación	Comunicación Interna
Objetivo	Reforzar la comunicación Interna, por medio de actividades.
Duración	2 horas
Contenido	Videos, y charlas
Materiales a Utilizar	Cañonera, libreta de anotaciones, lapiceros, borrador, lápiz.
Al finalizar	Coffe Break

Hora	8:30 am
Lugar	Sala de Reuniones Relasa
Expositor	Mishel Alonzo, Epesista
Tema	Comunicación Interna

**Comunicación Interna**

La comunicación interna es el centro de una empresa. En donde todos se hacen partícipes para trabajar en equipo y hacer funcionar ya sea una empresa o microempresa.

Es preciso saber que todas las personas que laboran en una empresa deben contar con una comunicación interna efectiva, para realizar sus actividades de la mejor manera posible. Y para ello se debe contar con políticas, que no son más que la respuesta en términos de acción a una situación comunicacional diagnosticada.

Esto requiere de una evaluación previa que permita hacer un diagnóstico correcto de la situación comunicacional, para poder darle la solución a los posibles problemas que se estén dando.

Algunas de las políticas básicas que podemos mencionar son:

**POLÍTICA DE IDENTIDAD**

La comunicación interna en su conjunto se orienta al conocimiento de la filosofía y misión de la empresa. Todo colaborador debe tener presente cuál es la misión de la empresa para poder identificarse en ella.

**POLÍTICA DE PROYECTOS**

Su propósito es dar a conocer con mayor profundidad el proyecto específico de una empresa. La comunicación interna se convierte en herramienta de coherencia, unidad y globalidad de un concepto compartido de la empresa.

**POLÍTICA DE TRANSPARENCIA Y DE PUERTAS ABIERTAS**

La comunicación interna en su conjunto se orienta a aumentar la credibilidad y confianza de sus empleados, a demostrar que la alta dirección busca una comunicación sincera y honesta entre todos.

**POLÍTICA DE ANTICIPACIÓN Y PREVENCIÓN**

La comunicación interna se atiene al propósito de dar estabilidad y equilibrio al sistema empresa, dando a conocer las tendencias y riesgos que puedan constituir una amenaza para su estabilidad y competitividad.

**POLÍTICA DE GESTIÓN PARTICIPADA**

La comunicación interna se orienta a demostrar que la alta dirección está dispuesta a apoyarse en todos los actores. Se aplica a desarrollar la comunicación y el diálogo vertical, es decir incitar al personal a que descubra él mismo las soluciones propuestas por la dirección; a reaccionar con espíritu constructivo y a ofrecer su colaboración honesta; a integrar las propuestas del personal, a hacer participar a los grupos en la realización de sus propuestas.

Bibliografía/Jesús García Jiménez, La Comunicación Interna 1998, edición Díaz de Santos, Madrid-España

Impreso entregado a colaboradores

### Acción 3

A qué estrategia responde la acción	Charla informativa y convivencia integral
Problema	Fortalecer el clima Laboral
Producto	Calendario de Actividades, fechas festivas, cumpleaños.
Objetivo comunicacional	Vínculo de pertenencia, convivencia integral, colaboración, participación...
Público Objetivo	Colaboradores internos
Medio de difusión	Charla y convivencia

### Tercera Capacitación

Nombre de la capacitación	Comunicación Interna
Objetivo	Fortalecimiento de clima laboral
Duración	2 horas
Contenido	Videos, y charlas, Actividades.
Materiales a Utilizar	Cañonera, libreta de anotaciones, lapiceros, borrador, lápiz.
Al finalizar	Coffe Break

Hora	8:30 am
Lugar	Sala de Reuniones Relasa
Expositor	Mishel Alonzo, Epesista
Tema	Comunicación Interna

## CAPÍTULO III

### 3. INFORME DE EJECUCIÓN

Se utilizaron estrategias de comunicación interna para fortalecerla, así mismo se implementó una herramienta de comunicación, por medio de una cartelera basada en la metodología Scrum.

#### 3.1. PROYECTO DESARROLLADO

“Plan de Comunicación Interna, para los colaboradores de Representaciones Latinoamericanas, S.A.

##### 3.1.1. Financiamiento

Obtenido para la ejecución de las estrategias del Plan de Comunicación, dirigido a los colaboradores internos de la empresa.

Financiamiento	Monto
Epesista	Q 10,500.00
Empresa	Q 4,075.00
Patrocinio	Q 4,050.00
<b>Total</b>	<b>Q 18,625.00</b>

##### 3.1.2. Presupuesto

PRESUPUESTO PLAN DE COMUNICACIÓN				
Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo Total	Financiamiento
10	Impresiones proporcionadas a los colaboradores, sobre los temas abordados en las capacitaciones para retroalimentación.	Q. 5.00	Q 50.00	Empresa
25	Coffe Break capacitaciones	Q. 25.00	Q 625.00	Empresa
1	Mobiliario y equipo, compra de pizarra de Vidrio	Q. 3,400.00	Q 3,400.00	Empresa
2	Asesoría Comunicacional, servicios profesionales	Q. 10,500.00	Q 10,500.00	Epesista
1	Servicios Profesionales de capacitación	Q. 4,050.00	Q 4,050.00	Patrocinio/Epesista
		<b>Total del proyecto</b>	<b>Q 18,625.00</b>	

### 3.1.3. Beneficiarios

BENEFICIARIO	BENEFICIO
Representaciones Latinoamericanas, S.A.	Estrategia comunicacional
Lic. Luis Jaime Sánchez	Capacitaciones
Lic. Geydy Villatoro	Capacitaciones
Maritza Cruz	Charla y actividades
Alejandra González	Capacitaciones y Charlas y actividades
Joselin Orellana	Capacitaciones, Charlas y Actividades

Representaciones Latinoamericanas, S.A. ha sido beneficiaria conjunto de sus colaboradores, Después de haber recibido las capacitaciones, charla y las actividades para fortalecer la comunicación interna y la convivencia integral.

### 3.1.4. Recursos Humanos

Para impartir las capacitaciones al personal de Representaciones Latinoamericanas, S.A. sobre la Comunicación Interna basada en la metodología Scrum, se tuvo el privilegio de contar con los conocimientos profesionales de un Analista de Proyecto, Rafael Sánchez, la Epesista Mishel Alonzo y Geydy Villatoro Gerente General de la empresa.

PERSONAL	PUESTO	ACTIVIDAD
Rafael Sánchez	Analista de Proyectos	Comunicación Interna, basada en la Metodología Scrum
Mishel Alonzo	Epesista	Charla motivacional y de Convivencia Integral
Geydy Villatoro	Gerente General	Participación en las capacitaciones y aporte sobre los temas.



### 3.1.5. Áreas Geográficas de Acción

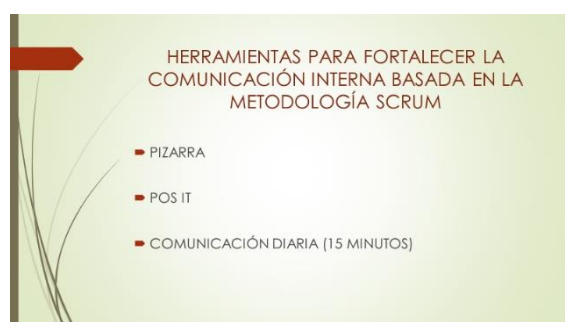
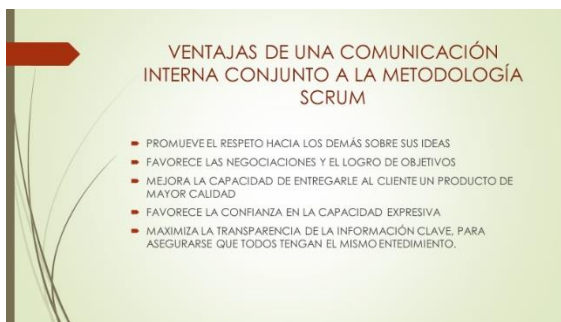
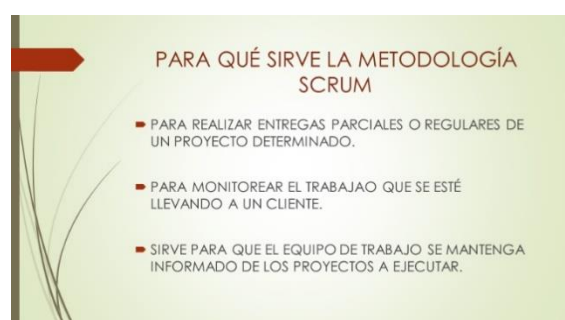
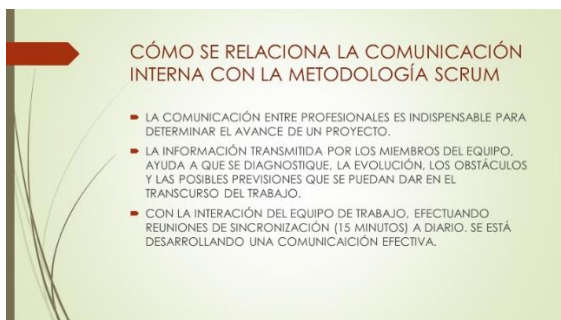
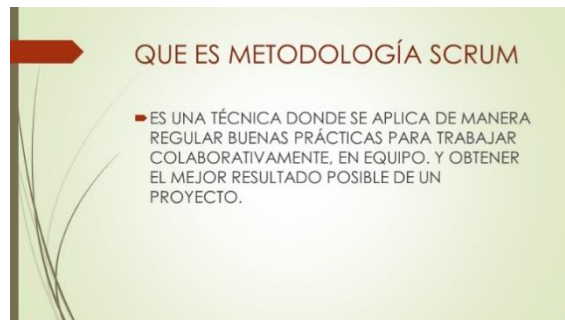
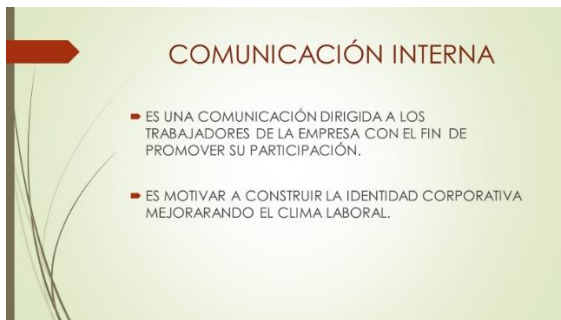
Sala de reuniones de la Empresa Representaciones Latinoamericanas, S. A. ubicadas en la 15 Avenida, “A” 24-22, Oficina # 4 Zona 13

#### a. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

##### ➤ Acción 1 Capacitación

En la capacitación que brindó el Analista de Proyectos Rafael Sánchez, detalló todo un esquema estructurado sobre la importancia de la comunicación interna, basada en la metodología Scrum, en Presentación Power Point, según las teorías de (Altman, 2018)

Algunas imágenes de la presentación:



Una vez dado a conocer la comunicación interna, se presentó lo que es la metodología Scrum, siendo una técnica para aplicar buenas prácticas y trabajar colaborativamente en equipo y obtener el mejor resultado posible de un proyecto determinado que estén elaborando todos los integrantes de la empresa.

Así mismo se les dio a conocer la importancia y la relación que hay entre la comunicación interna y la metodología Scrum, el cual consiste en una comunicación entre profesionales que interactúen entre sí, para llegar a un fin determinado.



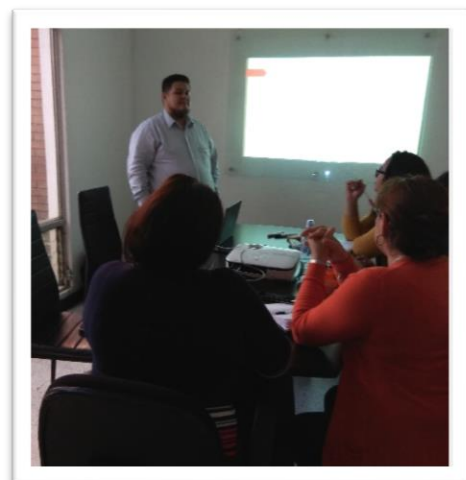
**Rafael Sánchez, Analista de Proyectos**



**Sala de reuniones de RELASA, con la presencia de los colaboradores.**



**Rafael Sánchez, abordando la capacitación**



**El señor Rafael, hace preguntas si tienen alguna duda del tema.**

Ya teniendo el conocimiento la empresa RELASA y el personal. Vieron oportuno contar con una cartelera, para interactuar. Eso ayudó a diagnosticar la evolución, los obstáculos y las posibles previsiones que se dan en el transcurso del trabajo.

Las herramientas que utilizaron para efectuar la estrategia comunicacional son:

- Cartelera
- Posíits
- Comunicación diaria al inicio de labores, máximo (15 minutos)

Como primer punto se dividió en columnas la pizarra colocando en la primera casilla, el historial de atribuciones que tiene cada colaborador, en la segunda casilla: lo que tienen por hacer, posteriormente en la tercera casilla: lo que cada uno ha progresado con su trabajo y en una cuarta casilla: las posibles pruebas o lo que tengan en revisión y por último en la quinta casilla: el trabajo finalizado.

Personal creando su Cartelera Comunicacional, basado en la Metodología Scrum:



**Alejandra**  
**Community Manager**



**Alejandra y Geydi Villatoro/Gerente**

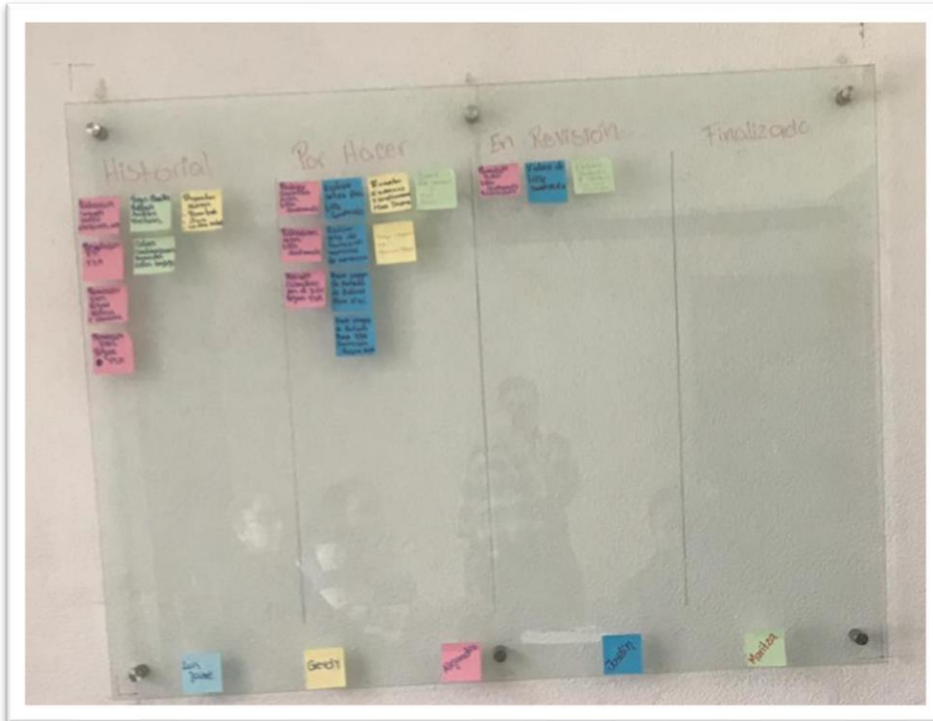


**Joselyn Diseñador Gráfico**



**Personal Administrativo**

Cartelera:



**Pizarra: utilizada para la comunicación interna de los colaboradores, basada en la metodología Scrum**



**Seguimiento del uso de la herramienta**

## ➤ **Acción 2**

### **Capacitación**

Continuando con la motivación del personal se proporcionaron charlas, para fortalecer la comunicación interna de los colaboradores, en la primera charla se abordó el tema de Convivencia Interna. Se entregó una hoja informativa sobre las políticas a considerar con respecto a la comunicación interna.

Entre ellas podemos mencionar las siguientes políticas básicas que debe considerar la empresa, para mantener una comunicación interna estable: Política de Identidad, Política De Proyectos, Política de Transparencia y de Puertas Abiertas, Política de Anticipación y Prevención y Política de Gestión Participativa.

Se les presentó a los colaboradores las políticas de transparencia y de puertas abiertas, el cual consiste en una comunicación interna orientada a aumentar la credibilidad y confianza de sus empleados, a demostrar que la alta dirección busca una comunicación sincera y honesta entre todos.

Para complementar la reunión se interactuó con los colaboradores de una forma dinámica, por medio de una actividad que les permitió abrirse y exponer lo que pensaban unos de otros.

La actividad consistía en brindarles una hoja a cada uno y que se formaran en parejas, luego debían escribir cinco cualidades personales entre las parejas. Luego debían expresárselas cara a cara. Seguidamente debían describir cómo era su compañera en el trabajo.

Frases de los colaboradores:

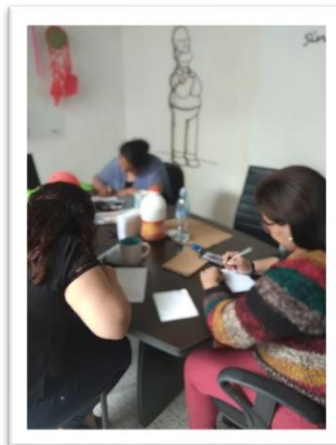
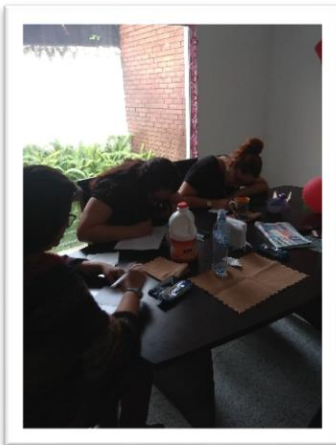
De: Joselyn Para: Alejandra  
Eres sincera, honesta, dices las cosas cuando debes decirlas, me agrada tu compañía.

De: Alejandra Para: Joselyn  
Te considero como mi mejor amiga, confío en ti, me siento bien, porque tenemos varias cosas en común

De: Geydy Para: Maritza  
Es una persona de confianza, agradable, cariñosa y con sentido del humor.

De: Maritza Para: Geydy  
Ella es muy buena persona, es trabajadora y es bondadosa.

Personal escribiendo las cualidades entre ellos:



### ➤ Acción 3

#### Charla y Convivencia Integral

En la tercera charla informativa lo que se logró fue Reforzar el ambiente laboral entre los colaboradores, dándoles a conocer la importancia de pertenecer en la empresa, sin importar las dificultades personales que puedan estar viviendo. por medio de actividades dinámicas

El cual consistió en escribir en una hoja los hobbies o acciones que les gusta hacer y por cualquier motivo no las han podido realizar. Luego se intercambiaron un globo debían compartirlo a su compañero de al lado y al que le quedara el globo debía reventarlo y hacer la penitencia.

Frases de los colaboradores:

Geydy: A mí me gustaría irme de vacaciones, salir por un tiempo con mis hijas. He estado muy estresada por problemas de salud. Y me vendría bien despejarme unos días.

Maritza:

A mí me gusta estar con mi familia los fines de semana, me encanta ver películas con mis hijos y mi esposo

Alejandra:

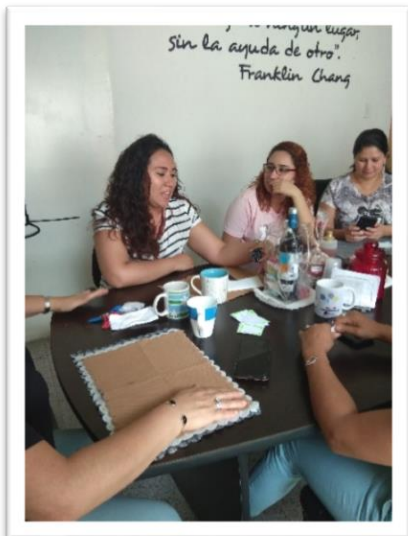
A mí me gustaría ir a la playa, tengo como cuatro años de no ir. Pero no se ha dado la oportunidad.

Joselyn:

A mí me encanta dibujar, pero por situaciones que estoy viviendo en mi casa, he dejado de hacerlo.

Ingrid:

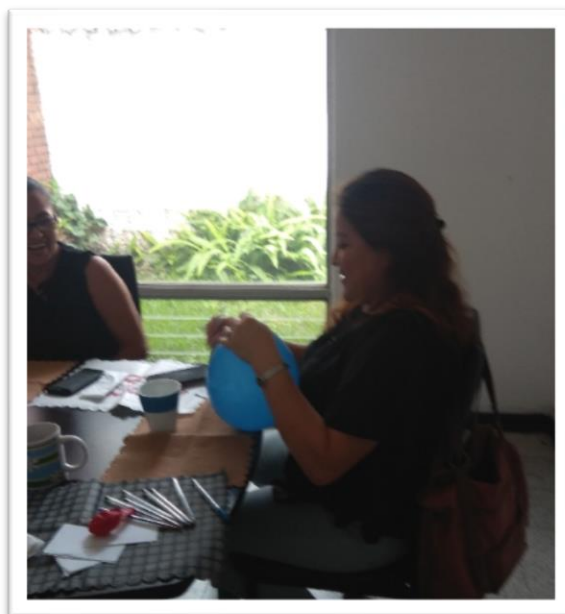
A mí me gustaría seguir estudiando en la universidad, por motivos de ser madre soltera. Ya no pude continuar mis estudios. Pero deseo retomarlos.



Joselin exponiendo que no ha dibujado en hace tiempo



Gedy: comentando que desea unas vacaciones



Ingrid: compartiendo una frase positiva a sus compañeras, Como parte de la penitencia del globo.

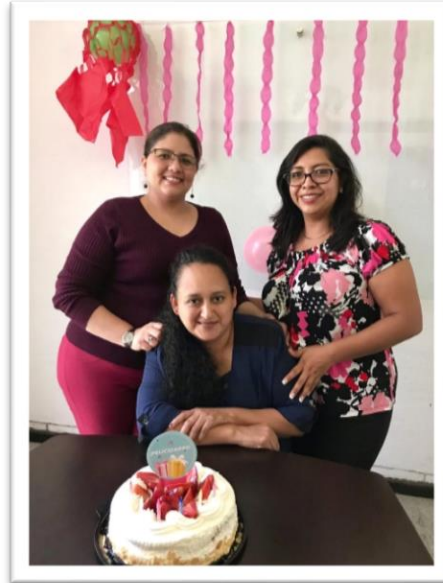
Culminando con la comunicación interna encadenada a la convivencia integral del personal, se aprovechó la oportunidad de celebrar el cumpleaños a dos integrantes (Maritza, Secretaria de



Gerencia, mes de junio y a Joselyn Diseñador Gráfico, mes de julio). Con el objetivo de promover la importancia que son al formar parte de un equipo de trabajo.



Personal compartiendo el cumpleaños de Maritza



Geydy/Gerente, Maritza/Secretaria de Gerencia Y Mishel/Epecista



Personal celebrando el cumpleaños de Joselyn



Joselin/Diseñador Gráfico, lado derecho cumpleañera

**b. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

CRONOGRAMA PLAN DE COMUNICACIÓN												
MES	MAYO				JUNIO				JULIO			
Actividades	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4
Capacitación del uso de cartelera												
Implementación Cartelera												
Celebración de cumpleaños												
Capacitación comunicación interna												
Reuniones para mejorar la comunicación												

Fuente: Mishel Alonzo 2019, formato del Cronograma de Gantt

**c. CONTROL Y SEGUIMIENTO**

Acciones Estratégicas	Objetivos	Indicadores Cualitativos	Indicadores Cuantitativos
Implementación de Cartelera Capacitaciones	Capacitar a los colaboradores internos sobre el uso de la cartelera, basado en la metodología Scrum, para reforzar la comunicación Interna.	La capacitación generó interés y sobre todo la interacción entre todos.	6/10
Fortalecer la Comunicación Interna	Generar el cumplimiento de proyectos, mostrar avances y si es posible la culminación de estos.	Al utilizar la Cartelera, se vieron avances de comunicación interna. Al personal le gustó la forma práctica y fácil de utilizarla, por lo que les ha sido de mucha utilidad.	6/10
Mejorar el clima laboral	Evaluar el logro de los proyectos elaborados durante medio año y así poder compartir en grupo y reconocer el trabajo.	Se sintieron cómodos al expresar lo que pensaban unos de otros. Compartir sus pensamientos los hizo sentir cómodos y aumentar su autoestima. Actualmente se han visto motivados con su trabajo.	
Reconocimiento de cumpleaños	Darle la importancia de pertenecer en la agencia, por lo que se celebra su día de cumpleaños.	Esta actividad fue de motivación, les agradó saber que son parte fundamental en la empresa.	
Capacitaciones	Dar a conocer las herramientas comunicacionales e impartir los temas para reforzar el ambiente laboral.	Les interesó conocer una nueva herramienta que les aporta una comunicación constante. Y los temas le fue de utilidad.	9/10

## CONCLUSIONES

- Los colaboradores tuvieron una etapa de dificultades personales de cierta manera estuvo afectando el desempeño laboral, eso se pudo observar de acuerdo con el análisis del proyecto. El cual aportó a que se tomarán las estrategias adecuadas para promover la motivación y participación de cada uno.
- En el transcurso que se iban implementando las estrategias, se notaron cambios trascendentales, entre ellos podemos mencionar. El cambio de actitud entre ellos para poder trabajar en equipo, una comunicación interna más fluida, más organización en el trabajo, actualmente se encuentran motivados en sus labores diarias.
- El diálogo es la clave del éxito y eso lo comprobaron los colaboradores, con forme la implementación de la cartelera, en donde todos participan diariamente antes de empezar sus actividades. Cada uno coloca sus posíits de los pendientes por efectuar. Para que todos estén informados y puedan dar ideas de cómo hacer cambios si fuera necesario.
- Cada empresa tiene debilidades y lo importante es notarlas y generar cambios en ellas para ir mejorando, ese fue el caso de Representaciones Latinoamericanas, S.A. quien dio la apertura y la oportunidad de crear recursos convenientes a la propia empresa.

## RECOMENDACIONES

- Continuar con las acciones implementadas en el Plan de Comunicación Interna.
- Darle seguimiento a la interacción de la cartelera informativa.
- Promover actividades motivacionales, para fortalecer la comunicación interna
- Continuar con las celebraciones de cumpleaños, para mostrar la importancia de pertenencia en la empresa.
- Hacer actividades extralaborales, para mantener la armonía, afecto, autoestima y sobre todo unión de equipo.

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

1. **Comunicación Interna:** Es el diálogo que entablan los trabajadores de una empresa, con el fin de promover la participación. Es también motivar a construir la identidad corporativa mejorando el clima laboral.
2. **Colaborador:** Persona que ejerce una tarea específica de acuerdo a sus habilidades o profesión.
3. **Capacitación:** Trasladar conocimiento con el objetivo de alcanzar cambios requeridos acorde a las necesidades de una empresa, institución o compañía.
4. **Control:** Es el proceso que usan los administradores para asegurarse de que las actividades se estén ejecutando de la forma requerida. Por medio de la evaluación, planeación y organización.
5. **Diagnóstico:** Es el análisis que se observa para determinar cualquier situación que pudiera estar en desequilibrio.
6. **Cronograma:** Representación gráfica de un conjunto de hechos en función de tiempo ya sea (días, semanas, horas, años).
7. **Estrategia:** Técnica y conjunto de actividades destinadas a conseguir un objetivo determinado.
8. **Metodología Scrum:** Es un técnico donde se aplica de manera regular buenas prácticas para trabajar colaborativamente, en equipo. Con el objetivo de obtener el mejor resultado posible de un proyecto.
9. **Acción:** Acto u operación que implica actividad, movimiento o cambio.

10. **Implementación:** Ejecución puesta en marcha de una idea programada, ya sea un plan estratégico o un proyecto.
11. **Observación:** Es la adquisición activa de detectar y asimilar información a partir del sentido de la vista.
12. **Entrevista:** Es un diálogo entablado entre dos o más personas; el entrevistador interroga y el entrevistado responde. La palabra entrevista deriva del latín y significa “los que van entre sí”.
13. **Disenso:** se refiere al desacuerdo que pueden tener dos o más personas respecto a un determinado tema.
14. **Financiamiento:** Es un recurso económico para llevar a cabo una actividad, para planificar el futuro u expandirse.
15. **Convivencia Integral:** Es el hecho de compartir o convivir con otras personas, es la esencia del ser humano, que es la sociabilidad.
16. **Foda:** Es una herramienta de estudio de la situación de una empresa, institución, proyecto o persona, analizando sus características internas. Y en español es DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades).
17. **Vínculo:** unión o relación no material, especialmente la que se establece entre dos o más personas.
18. **Cualitativo:** Se centra en la calidad o cualidad de alguien. Es el tipo de método de investigación, usada principalmente en ciencias sociales.
19. **Cuantitativo:** Es el procedimiento de decisión de señalar, entre ciertas alternativas, usando magnitudes numéricas sobre datos. Es el tipo de método de investigación.
20. **Misión:** es el propósito, esencia y motivo de la empresa. Determina la razón de ser de la empresa. Define el negocio de la empresa y a qué consumidores está orientada.

21. **Visión:** Indica a dónde desea llegar la empresa a lo largo plazo.
22. **Valores:** es la integración y transparencia hacia el equipo de trabajo y sus clientes.
23. **Objetivo:** Es plantearse una meta o un propósito a alcanzar, según de acuerdo al ámbito donde sea utilizado, o más bien formulado.
24. **Proyecto:** Es la aplicación de conocimiento, habilidades, herramientas y técnicas a las actividades por ejecutar. Consiste en reunir varias ideas para llevarlas a cabo.
25. **Cartelera comunicacional:** Herramienta que incluye planeación, diálogo entre dos o más personas para facilitar un proyecto determinado.

## BIBLIOGRAFÍA

- Daymon, Christine. 2010. Qualitative research methods in public relations and marketing communications. s.l. : Londres, 2010.
- García Vargas, Oscar Humberto. 2007. La Cultura Humana y su interpretación desde la perspectiva de la cultura organizacional. Pensamiento y Gestión , 2007.
- Jiménez, Jesús García. 1998. La Comunicación Interna. Madrid, España : s.n., 1998.
- Méndez, Juan Manuel Álvarez. 2005. Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa. Madrid, España : s.n., 2005.
- Sampieri, Roberto Hernández, Collado, Carlos Fernández y Lucio, Pilar Baptista. 2010. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. México : s.n., 2010.
- Valles, Miguel S. 2007. Cuadernos Metodológicos/Entrevistas Cualitativas. España : s.n., 2007.



## E GRAFIA

[Online]

- Christine Daymon | Immy Holloway (2019), Qualitative research methods in public relations and marketing communications, 2<sup>nd</sup> edition <https://epdf.pub/qualitative-research-methods-in-public-relations-and-marketing-communications-2n.html>
- Díaz, Luis Miguel. (2019) Motivación y Comunicación Interna. s.l. : <https://www.lmdiaz.com/motivacion-y-comunicacion-interna/>.
- Díaz, Luis Miguel. (2019) Motivación, algoritmos y comunicación interna. ¿Estamos preparados? <https://www.lmdiaz.com/motivacion-algoritmos-y-comunicacion-interna/>
- Ruiz, Angela Custodio. 2008. Métodos y técnicas de investigación científica, gestiopolis. ( 2019) <https://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas>.

## ANEXOS

### ➤ Anexo A: Diagnóstico Comunicacional

Transcripción completa de la entrevista



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
EPS LICENCIATURA 2018



Entrevista sobre la comunicación interna de la empresa  
Representaciones Latinoamericanas, S. A.

#### Datos generales

Fecha: \_\_\_\_\_ Hora: \_\_\_\_\_  
Lugar: \_\_\_\_\_  
Entrevistador: \_\_\_\_\_  
Entrevistado: \_\_\_\_\_  
Puesto: \_\_\_\_\_  
Departamento donde labora: \_\_\_\_\_

1. Te gusta lo que haces en tu trabajo? Si tu respuesta es afirmativa, describe lo que más te gusta hacer

\_\_\_\_\_

2. ¿Cuál fue tu proyecto favorito del año pasado?

\_\_\_\_\_

3. ¿Hay una comunicación afectiva y amigable dentro de la agencia?

\_\_\_\_\_

4. ¿Manejan un registro de los proyectos que están elaborando dentro del mes? Si tu respuesta es SI ¿Cuál es? Y si es NO ¿Qué sugerirías?

\_\_\_\_\_

5. ¿Consideran necesaria una metodología, para llevar un control de proyectos?

\_\_\_\_\_

6. ¿Qué se puede mejorar en la agencia?

\_\_\_\_\_

Observaciones:

La entrevista es totalmente confidencial

Fuente de modelo de entrevista: (Sampieri, y otros, 2010)

### Ficha de entrevista # 1

Entrevistador: Mishel Alonzo

Nombre del Entrevistado: Gedy Villatoro

Cargo: Gerente General

Fecha: 4 de febrero de 2019

Tema: Comunicación Interna de proyectos

### Resumen

La licenciada Gedy expone que le encanta su trabajo, así mismo afirma que existe una comunicación amigable con los colaboradores. Considera necesaria la implementación de una estrategia Comunicacional. El proyecto que más le ha gustado del año pasado fue la creación de un nuevo departamento en la agencia. Y los aspectos a mejorar son; la comunicación y mensajes que se transmiten hacia los clientes por medio de la Asistentes de Gerencia. Deben ser claros y entendibles tal y como se emiten desde Gerencia.

### Ficha de entrevista # 2

Entrevistador: Mishel Alonzo

Nombre del Entrevistado: Alejandra González Ariano

Cargo: Director Community Manager

Fecha: 4 de febrero de 2019

Tema: Comunicación Interna de proyectos

### Resumen

Alejandra González, afirma que le gusta lo que realiza en su trabajo, confirma que hay una buena comunicación y que sí considera necesaria una metodología, para tener un mejor orden. El proyecto que más le gustó del año pasado fue el de imagen corporativa EPS. En cuanto a las cosas que considera mejorar dentro de la empresa es que exista un calendario de actividades para el personal de la agencia.

### Ficha de entrevista # 3

Entrevistador: Mishel Alonzo  
Nombre del Entrevistado: Joselin Arana Orellana  
Cargo: Diseñadora Grafica  
Fecha: 4 de febrero de 2019  
Tema: Comunicación Interna de proyectos

### Resumen

Joselin Arana Orellana afirma que existe una comunicación afectiva amigable dentro de la agencia. Así mismo está de acuerdo con la implementación de una estrategia, para llevar un control de los proyectos realizados. Su proyecto que más le ha gustado y del año pasado es la elaboración de artes para mejoramiento de identidad. Así mismo considera que la agencia podría mejorar en recibir capacitaciones para actualizar a los colaboradores sobre las tendencias.

### Ficha de entrevista # 4

Entrevistador: Mishel Alonzo  
Nombre del Entrevistado: Maritza Cruz  
Cargo: Asistente Gerencia General  
Fecha: 4 de febrero de 2019  
Tema: Comunicación Interna de proyectos

### Resumen

Maritza Cruz, también asegura que tienen una buena comunicación interna. Ella considera necesario presenciar capacitaciones para llevar a cabo un control de proyectos, para alcanzar metas. Las mejoras de la agencia, comenta, que sería bueno tener un espacio para fechas importantes. También considera la colocación de una cámara, para ver a las personas que conoce y permitirles el ingreso debido.

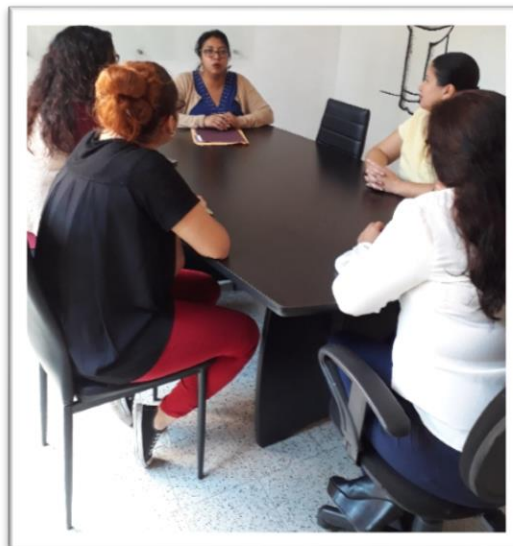
## Fotos

Parte de los colaboradores de la empresa

Representaciones Latinoamericanas, S. A.



**Se plantea lo importante de la comunicación.  
Interna**



**Se pregunta si llevan un registro de proyectos**

## Presentación de algunos de los colaboradores de Relasa



Del lado izquierdo se encuentra la Gerente General/Geydi Villatoro, luego sigue Joselin Arana/Diseñadora gráfica, seguido Alejandra Gonzales/Community Manager y del lado derecho se encuentra la Asistente de Gerencia/Maritza Cruz.

### ➤ Anexo B: PLAN DE COMUNICACIÓN

#### Primera Capacitación

Nombre de la capacitación	Uso de Cartelera para la Comunicación Interna
Objetivo	Capacitar a los colaboradores internos sobre el uso de la cartelera, basado en la metodología Scrum, para reforzar la comunicación Interna.
Duración	2 horas
Contenido	Videos, y charlas
Materiales a Utilizar	Cañonera, libreta de anotaciones, lapiceros, borrador, lápiz, post it, marcadores.
Al finalizar	Coffe Break

Hora	8:30 am
Lugar	Sala de Reuniones Relasa
Expositor	Rafael Sánchez, Analista de Proyectos
Tema	Uso de cartelera para la comunicación interna.

### Segunda Capacitación

Nombre de la capacitación	Comunicación Interna
Objetivo	Reforzar la comunicación Interna
Duración	2 horas
Contenido	Videos, y charlas
Materiales a Utilizar	Cañonera, libreta de anotaciones, lapiceros, borrador, lápiz.
Al finalizar	Coffe Break

Hora	8:30 am
Lugar	Sala de Reuniones Relasa
Expositor	Mishel Alonzo, Epesista
Tema	Comunicación Interna

### Tercera Capacitación

Nombre de la capacitación	Comunicación Interna
Objetivo	Fortalecimiento Ambiente Laboral
Duración	2 horas
Contenido	Videos, y charlas, Actividades.
Materiales a Utilizar	Cañonera, libreta de anotaciones, lapiceros, borrador, lápiz.
Al finalizar	Coffe Break

Hora	8:30 am
Lugar	Sala de Reuniones Relasa
Expositor	Mishel Alonzo, Epesista
Tema	Comunicación Interna

### Programa de Motivación

Actividades	Objetivos	Incentivos
Uso de cartelera para la comunicación interna	Capacitar a los colaboradores internos sobre el uso de la cartelera, basado en la metodología Scrum, para reforzar la comunicación Interna.	Al que lleve organizados sus proyectos se le acreditará como el mejor empleado del mes.
Actividades dinámicas	Generar motivación, confianza en el grupo, pero sobre todo reforzar la comunicación interna	Organizar un desayuno
Actividades recreativas o grupales	Brindarles una zona de confort laboral, aumentarles su autoestima, para que se sientan bien en su trabajo y se motiven a realizarlo de la mejor manera posible.	Organizar un desayuno
Reconocimiento de cumpleaños	Dedicarles un tiempo especial para celebrar a los cumpleaños del mes. De esta manera se les demuestra lo importante que son para la empresa.	Por parte de la empresa se les compra pastel.



## Comunicación Interna

La comunicación interna es el centro de una empresa. En donde todos se hacen partícipes para trabajar en equipo y hacer funcionar ya sea una empresa o microempresa.

Es preciso saber que todas las personas que laboran en una empresa deben contar con una comunicación interna efectiva, para realizar sus actividades de la mejor manera posible. Y para ello se debe contar con políticas, que no son más que la respuesta en términos de acción a una situación comunicacional diagnosticada.

Esto requiere de una evaluación previa que permita hacer un diagnóstico correcto de la situación comunicacional, para poder darle la solución a los posibles problemas que se estén dando.

Algunas de las políticas básicas que podemos mencionar son:

### **POLÍTICA DE IDENTIDAD**

La comunicación interna en su conjunto se orienta al conocimiento de la filosofía y misión de la empresa. Todo colaborador debe tener presente cuál es la misión de la empresa para poder identificarse en ella.

### **POLÍTICA DE PROYECTOS**

Su propósito es dar a conocer con mayor profundidad el proyecto específico de una empresa. La comunicación interna se convierte en herramienta de coherencia, unidad y globalidad de un concepto compartido de la empresa.

### **POLÍTICA DE TRANSPARENCIA Y DE PUERTAS ABIERTAS**

La comunicación interna en su conjunto se orienta a aumentar la credibilidad y confianza de sus empleados, a demostrar que la alta dirección busca una comunicación sincera y honesta entre todos.

### **POLÍTICA DE ANTICIPACIÓN Y PREVENCIÓN**

La comunicación interna se atiene al propósito de dar estabilidad y equilibrio al sistema empresa, dando a conocer las tendencias y riesgos que puedan constituir una amenaza para su estabilidad y competitividad.

### **POLÍTICA DE GESTIÓN PARTICIPADA**

La comunicación interna se orienta a demostrar que la alta dirección está dispuesta a apoyarse en todos los actores. Se aplica a desarrollar la comunicación y el diálogo vertical, es decir incitar al personal a que descubra él mismo las soluciones propuestas por la dirección; a reaccionar con espíritu constructivo y a ofrecer su colaboración honesta; a integrar las propuestas del personal, a hacer participar a los grupos en la realización de sus propuestas.

Cotización Pizarra:



**SALA DE VENTAS BOLIVAR**  
 Av. Bolívar 30-20, Zona 3. PBX: 2303-6300  
[www.vidrieriapopular.com](http://www.vidrieriapopular.com)

Para la implementación de  
 CARTELERA  
 COMUNICACIONAL, basada  
 en la metodología Scrum.

CLIENTE	
Nombre:	MISHEL ALONZO
Telefono:	41261581

CANTIDAD	DESCRIPCION	RECIO UNIT	TOTAL
1	OPCION A: PIZARRA EN VIDRIO LECHOSO 5mm CON 8 PERFORACIONES DEBIDAMENTE INSTALADA CON SUS DISTANCIADORES		Q 2,940.00
1	OPCION B: PIZARRA EN VIDRIO CLARO 8mm CON OPACADO SANDBLAST CON 8 PERFORACIONES DEBIDAMENTE INSTALADA CON SUS DISTANCIADORES		Q 3,400.00
		<b>TOTAL</b>	<b>Q 6,340.00</b>

TERMINOS Y CONDICIONES
1.- Indicar claramente su tipo de pared para la sujecion o fijacion correcta de lo solicitado. 2.- En la realizacion de nuestros trabajos no respondemos por reparaciones electricas, fontaneria, pisos ceramicos, parket, baldosas u otros desperfectos. 3.- En las reparaciones de ventanas, puertas o cualquier otro material de su propiedad, <b>NO LE                      GARANTIZA</b> queden como nuevas. 4.- Todo trabajo de instalacion, se requiere el 100% de pago anticipado. 5.- Tiempo de entrega 08 dias habiles. 6.- Cualquier modificación en medidas o diseño, área o número de unidades, cambia el valor de de este presupuesto y se le adicionará al costo previsto. 7.- Todo trabajo con material de su propiedad, se hará sin responsabilidad de daño o rotura. 8.- Cualquier desperfecto se cobrará en material nuevo a utilizarse. 9.- Pagos en efectivo,cheque, tarjeta de crédito, transferencias electrónicas o deposito a cuenta.

10.- Si su pago es en deposito bancario o cheque, indicar en que banco y depositarlo a nombre  
 de: **THE POPULAR CRISTAL GROUP, Sociedad Anónima**

	<b>Sala de Ventas Bolívar</b> Proyectos PBX. (502) 2303-6300 Ext. 106 THE POPULAR CRISTAL GROUP, S.A. Av. Bolívar 30-20, zona 3	Síguenos @vpopza vpopza @VidrieraP Vidriera Popular	<b>DIANA LOPEZ</b> ASESORA DE VENTAS
---	---	---	---

## Fotos

### Implementación del Plan de Comunicación

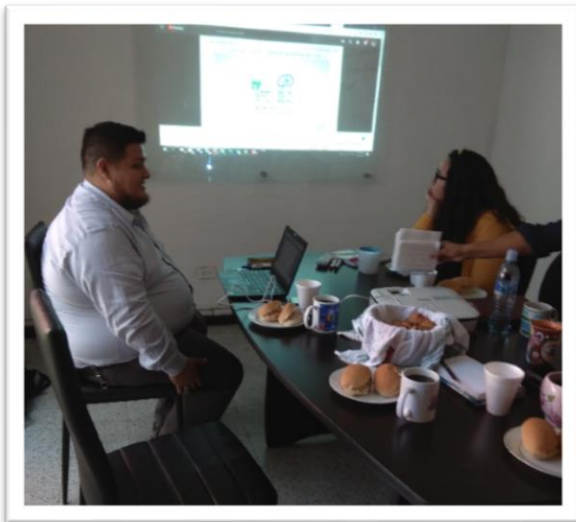
#### Capacitaciones:



**Rafa Sánchez/Analista de Proyectos**



**Coffe Break de Capacitación**



**Coffe Break de Capacitación**



**Participantes de la capacitación**

➤ **Anexo C: Informe de Ejecución**

**Cartelera Comunicacional ejecutada**



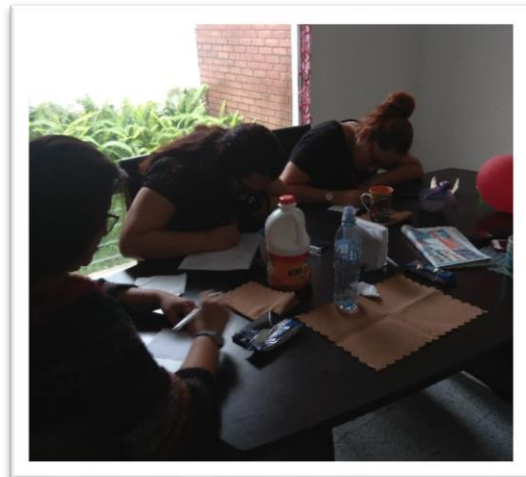
**Alejandra/ Community Manager**



**Geydi Villatoro/Gerente**



**Mishel Alonzo/Epecista, impartiendo Charla**



**Personal participando en una de las actividades, para fortalecer la comunicación interna**



**Celebración de cumpleaños Maritza**



**Seguimiento del uso de la Cartelera**

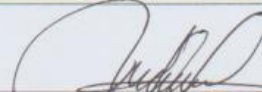


**Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada**

Nombre del Alumno (a): Alicia Mishel Estefani Alonzo  
No. Carné y DPI: 1631942110101  
Jefe o Encargado (a): Lic. Geydy Villatoro, Gerente General  
Institución o Empresa: Representaciones Latinoamericanas, S.A.  
Supervisor de EPSL: M.A. Evelin Hernández

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS					Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	
1	Del: 14 / Al: 17	Mayo	6	6	6	6	6	30 hrs.
2	Del: 20 / Al: 25	Mayo	6	6	6	6	6	30 hrs.
3	Del: 27 / Al: 01	Mayo	6	6	6	6	6	30 hrs.
4	Del: 03 / Al: 08	Junio	6	6	6	6	6	30 hrs.
5	Del: 10 / Al: 15	Junio	6	6	6	6	6	30 hrs.
6	Del: 17 / Al: 22	Junio	6	6	6	6	6	30 hrs.
7	Del: 24 / Al: 29	Junio	6	6	6	6	6	30 hrs.
8	Del: 01 / Al: 06	Julio	6	6	6	6	6	30 hrs.
9	Del: 08 / Al: 13	Julio	6	6	6	6	6	30 hrs.
10	Del: 15 / Al: 20	Julio	6	6	6	6	6	30 hrs.
<b>TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS</b>								300 hrs.

(f)   
Nombre, firma y sello(a) o Encargado

(f)   
Nombre Supervisor - Supervisor EPSL

