

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



**“PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA DE LA CONSTRUCTORA Y MULTISERVICIOS
JIREH”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Comité Ejecutivo por:

RUTH ELIZABETH BARAHONA MAYEN

CARNÉ: 200416818

Guatemala, septiembre de 2019

Consejo Directivo:

Director:

M. Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes:

M. A. Gustavo Adolfo Moran Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trujillo

Representantes Estudiantiles:

Gabriela Eugenia Menegazzo

Heber Libni Emanuel Escobar Juarez

Representantes 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. Josue Othoniel Andrade de la Cruz

Licda. Krista María Ramírez Nájera



Guatemala, 11 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 **"RUTH ELIZABETH BARAHONA MAYEN"** con número de carné: **"200416818"** de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, realizo el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en **"EL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN"** cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **13 de MAYO** al **22 de JULIO** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: **"PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA DE LA CONSTRUCTORA Y MULTISERVICIOS JIREH"** entregando el material respectivo y debidamente recibido por: **"CONSTRUCTORA Y MULTISERVICIOS JIREH."**

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del (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,

Firma y sello



Marvin Rodríguez
Gerente administrativo

DIRECCION: 49. Avenida "C" 30-53 Zona 10 Mixco Col. La Bendición
Tels. 2-433-8632, 5-807-2894
construjireh@gmail.com administración@construjireh.com

DICTAMEN



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

DEDICATORIAS

- A DIOS:** Porque sin él, nada es posible.
- MI ESPOSO E HIJO:** Allan y Jared porque ambos me motivan a ser mejor, a esforzarme y lograr mis metas, gracias por amarme, creer en mí y apoyarme.
- A MIS PADRES:** Alfredo y Martha de Barahona por su apoyo incondicional desde siempre y creer que puedo lograr lo que me propongo.
- A MI FAMILIA:** Barahona y Orellana, hermanas, cuñados y sobrinos por darme siempre sus palabras de apoyo y motivación.
- A MIS DOSCENTES:** Quienes compartieron sus conocimientos y me brindaron su apoyo en todo el transcurso de mi carrera.
- A MIS COMPAÑEROS:** Cristian, Mynor, Joel, Claudia y Silvia por su amistad, apoyo y motivación a seguir adelante en todo momento para lograr culminar mis estudios.
- A MIS AMIGOS:** Quienes me brindaron palabras positivas en estos años de estudio universitario.

AGRADECIMIENTOS

A la **UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**, por abrirme sus puertas para formarme como una profesional.

A la **ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**, quién me proporcionó docentes profesionales los cuales compartieron su conocimiento y experiencia para contribuir a mi educación universitaria.

Al **M.A. LUIS PEDROZA**, por brindarme la oportunidad de poner en práctica mi formación académica en el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura.

A **M.Sc. SERGIO MORATAYA**, agradecimiento especial por brindarme un espacio en nuestra apreciada ECC.

A mi asesora **M.A. EVELIN HERNÁNDEZ**, a quién agradezco enormemente, por guiarme en este proceso y brindarme su apoyo.

A **LIC. JOSUE ANDRADE**, por compartir su conocimiento con mi persona y brindar su apoyo.

A **CONSTRUCTORA Y MULTISERVICIOS JIREH**, por abrir sus puertas y apoyarme en el desarrollo de mi Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en sus instalaciones.

ÍNDICE

RESUMEN	I
INTRODUCCIÓN	II
JUSTIFICACIÓN	III
CAPÍTULO I	
1. DIAGNÓSTICO	1
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	1
1.1.1. Objetivo General	1
1.1.2. Objetivo Específico	1
1.2. LA INSTITUCIÓN- CONSTRUCTORA Y MULTISERVICIOS JIREH	1
1.2.1. Ubicación Geográfica	1
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas	1
1.2.3. Antecedentes	2
1.2.4. Departamentos	2
1.2.5. Misión	2
1.2.6. Visión	3
1.2.7. Objetivos Institucionales	3
1.2.8. Público Objetivo	3
1.2.9. Organigrama	3
1.3. METODOLOGÍA	4
1.3.1. Descripción del Método	4
1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección	4

1.3.3. Cronograma del Diagnóstico	7
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS	8
1.4.1. Gráficas e interpretación de los resultados de las encuestas	8
1.4.2. Resultados de la observación	23
1.4.3. Resultados de la entrevista	24
1.5. RADIOLOGÍA DE LA INSTITUCIÓN	28
1.5.1. Fortalezas	28
1.5.2. Oportunidades	28
1.5.3. Debilidades	28
1.5.4. Amenazas	28
CAPÍTULO II	
2. PLAN DE COMUNICACIÓN	29
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES	29
2.2. OBJETIVOS COMUNICACIÓN	29
2.2.1. Objetivo General	29
2.2.2. Objetivos Específicos	29
2.3. PÚBLICO OBJETIVO	30
2.4. MENSAJE	30
2.5. ESTRATEGIAS	30
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN	32

CAPÍTULO III	
3. INFORME DE EJECUCIÓN	38
3.1. PROYECTO DESARROLLADO	38
3.1.1. Financiamiento	38
3.1.2. Presupuesto	38
3.1.3. Beneficiarios	39
3.1.4. Recursos Humanos	40
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción	40
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS	41
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	51
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO	52
CONCLUSIONES	55
RECOMENDACIONES	56
GLOSARIO DE TÉRMINOS	57
BIBLIOGRAFÍA	60
E GRAFÍAS	61
ANEXOS	62

RESUMEN

Nombre de la Institución:

Constructora y Multiservicios Jireh.

Nombre del Proyecto:

“PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA DE LA CONSTRUCTORA Y MULTISERVICIOS
JIREH”

Objetivos del Proyecto:

Objetivo General

- Mejorar la comunicación interna de la Constructora y Multiservicios Jireh.

Objetivos Específicos

- Reforzar los medios de comunicación internas existentes en la empresa.
- Fortalecer la imagen corporativa.

Sinopsis:

La implementación del plan de comunicación interno en la Constructora y Multiservicios Jireh, presenta estrategias para reforzar y aprovechar los medios de comunicación ya existentes en la empresa para poder alcanzar y practicar una comunicación efectiva entre jefes y empleados y así también estrategias para reforzar la imagen corporativa.

INTRODUCCIÓN

El plan de comunicación que se expone en el presente trabajo contiene dos propuestas de estrategias para la Constructora y Multiservicios Jireh, en él se proponen Mejorar la comunicación interna de la empresa ya que en este ámbito se presentaron deficiencias para la constructora las cuales se evidenciaron en el diagnóstico previamente realizado.

Con base a lo mencionado anteriormente, se propone reforzar los canales de comunicación internos y fortalecer la imagen corporativa de la constructora lo que conlleva a promover como una acción el uso de la tecnología existente y factible tanto para gerentes como el personal técnico que laboran en la Constructora y Multiservicios Jireh, tomando en cuenta que no genera gastos adicionales a la misma, pues en este caso el personal de la empresa poseen teléfonos móviles y acceso a redes sociales aun así se encuentren ejecutando proyectos fuera del perímetro de la Ciudad Capital.

Las estrategias antes mencionadas se realizan con el objetivo de que la comunicación sea eficiente, directa, sin barreras comunicacionales en tiempo real y verídica. Con lo que se evitarán confusiones y roces entre el personal delegado como jefes de departamentos y empleados que ejecutan funciones técnicas y a su vez resultará positivo para mejorar el ambiente laboral.

De la misma manera se presenta una serie de acciones que complementan las estrategias planteadas, entre las cuales se busca fortalecer la imagen corporativa promoviendo el conocimiento de la misión, visión y objetivos de la constructora y conocer más sobre la empresa a la que pertenecen.

Al presente trabajo también se adjunta como parte final, una serie de complementos que afianzan el plan por ejecutar con la debida aprobación del representante en este caso de la Constructora y Multiservicios Jireh.

JUSTIFICACIÓN

Realizar un plan de comunicación permite establecer acciones para reforzar, mejorar o crear soluciones a los problemas o debilidades que posea una empresa, siempre y cuando sean accesibles y viables para ejecutar y llevarlas a cabo en el tiempo que se establezca.

La empresa Constructora y Multiservicios Jireh, demostró por medio de un diagnóstico previamente realizado poseer debilidades en la comunicación interna, esto se evidenció por medio de una encuesta realizada a los empleados, señalando que la información transmitida y percibida por los empleados es confusa y teniendo herramientas prácticas no son aprovechadas al máximo.

Por esta razón es necesario fortalecer los canales de comunicación que se utilizan actualmente, existen redes sociales que transmiten información y comunicación de forma inmediata y directa sin importar distancia y tiempo, lo cual se convertiría en una herramienta eficaz principalmente para la constructora ya que ejecutan en su mayoría trabajo de campo y no se centra en labores de oficina. De esta manera se evitarían barreras comunicacionales y mejoraría la percepción de información dirigida a los empleados, mejorando el rendimiento de sus labores y metas generales de la empresa.

Otra debilidad expuesta fue la imagen corporativa, la constructora no cuenta con una misión o visión explícita al igual que los objetivos, aunque existen antecedentes que hace un año se expuso material visual que contenía esta información, los empleados no conocen esta información al igual que el reglamento interno y los antecedentes históricos de la fundación de la empresa. Esto a su vez marca la falta de identidad que existe entre los empleados y la Constructora y Multiservicios Jireh.

El bajo nivel de identidad que manejan los empleados con la constructora también es otra debilidad que les aqueja, la imagen corporativa internamente es deficiente. Cuando las empresas olvidan la importancia de mantener una conexión de pertenencia con sus empleados se refleja de forma negativa en el ambiente laboral, y el cumplimiento de funciones, por lo que se busca fortalecer este aspecto, motivando a los empleados por medio de estrategias adecuadas que se adapten a la situación de la empresa.

Por ello es necesario ejecutar un plan de comunicación interna que responda a las necesidades y brinde soluciones a los problemas de comunicación internos e imagen corporativa, con acciones que se puedan ser ejecutadas, con un presupuesto aceptable, que se pueda adaptar a la agenda de la empresa (factor tiempo) y en este caso sea aceptado y ejecutado por todos los empleados de la Constructora y Multiservicios Jireh.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

En el presente capítulo se muestra los objetivos del diagnóstico, la institución, metodología, recopilación de datos y radiología de la institución objeto de estudio.

1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1 Objetivo general:

- Diagnosticar la comunicación de la Constructora y Multiservicios Jireh.

1.1.2. Objetivos específicos:

- Evaluar los canales de comunicación interna de la Constructora y Multiservicios Jireh.
- Analizar la comunicación interna de la Constructora.
- Identificar las fallas comunicacionales de la Constructora.

1.2. INSTITUCIÓN

Constructora y Multiservicios Jireh

1.2.1. Ubicación Geográfica

4ª. Avenida "C" 30-53 zona 10 Mixco Colonia La Bendición De Dios

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

- Metalcasa: Venta y Distribución de Materiales de Construcción.
- Pilar Construcciones: Ejecución de proyectos de vivienda.
- Constructora y Multiservicios Emanuel: Promoción, Gestión y Ejecución de proyectos de vivienda.

1.2.3. Antecedentes

La constructora inició a partir del 24 de septiembre de 1,998 como una venta informal de materiales de construcción, en la cual laboraban los mismos miembros que conforman la familia del actual propietario y gerente de la empresa. Su objetivo fue ser un desarrollador mayoritario y ejecutar proyectos sociales por todo el territorio nacional, al paso de los años se organizó con equipos de trabajo en las áreas técnicas, administrativas y de comunicación, adquiriendo experiencia y obteniendo así relación con muchas familias de pobreza y pobreza extrema en el interior del país.

Hasta la fecha es una empresa familiar con 22 años de trayectoria en el campo de la construcción civil, su filosofía ha sido enfocada a servicios de construcción de vivienda popular, con lineamientos al área social urbana y rural de Guatemala.

1.2.4. Departamentos y Dependencias

- Gerencia: Edi Marroquín, Brener Marroquín
- Administrativo: Brener Marroquín, Marvín Rodríguez
- Financiero: Kenia López, Mildred Marroquín
- Facturación y Contabilidad: Marisol Raxón, Sucely Aguilar de Marroquín
- Departamento Técnico Diseño y Planificación: Arquitecta Esperanza Coché.
- Departamento de Ejecución y supervisión de Obras: Marvín Macario, Brener Marroquín, Gustavo García, Dani Marroquín, Cesar Zanchez, Juan Orellan. Sayra de Marroquín.

1.2.5. Misión

No existe evidencia de la misión y no se encuentra especificada en la reseña histórica, prólogo u otro documento de la empresa, el Gerente General indicó que esto se debe a que la información no ha sido actualizada desde hace más de 10 años.

1.2.6. Visión

La visión de la empresa no se especifica en ningún documento escrito o visual dentro de la institución, pero se hizo mención por parte del Gerente General que, si poseen misión, visión y objetivos, pero no especificó cuáles son.

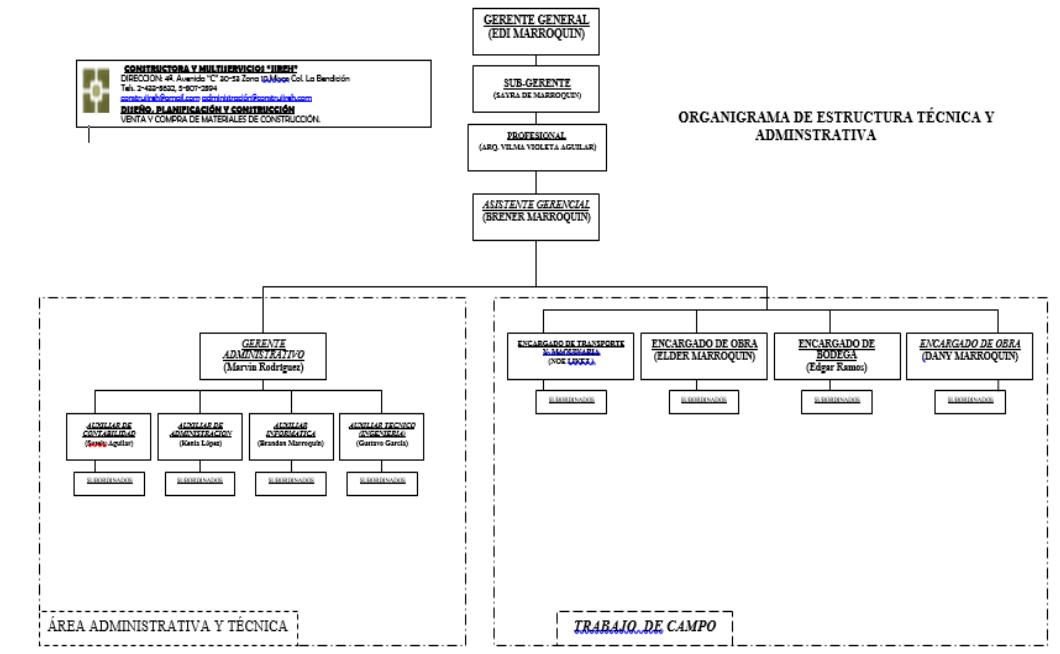
1.2.7. Objetivos Institucionales

Continuar desarrollando proyectos de VIVIENDA POPULAR, donde familias de pobreza y pobreza extrema puedan lograr recibir cubriendo así sus necesidades básicas e iniciar el paso de sacarlas de ese estado y volverlas sanas, fuertes y con iniciativas productivas, dándoles la oportunidad de subir su autoestima para romper ese círculo de pobreza donde han vivido por años, adultos, jóvenes y niños.

1.2.8. Público Objetivo

- Personas de bajos recursos del área urbana y rural de la república de Guatemala.
- Construcción privada de bajo y alto impacto social.

1.2.9. Organigrama



Fuente: imagen proporcionada por la empresa Constructora y Multiservicios Jireh.

1.3 METODOLOGÍA

A continuación, se presenta la metodología a utilizar en el diagnóstico de la empresa.

1.3.1. Descripción del Método

Es el procedimiento o la guía que se utiliza para alcanzar un objetivo.

Enfoque mixto según Piloña (2012), este tipo de enfoque reúne las ventajas del cualitativo y cuantitativo por lo que es considerado el más completo, flexible e integral.

Esta metodología permitió recolectar, analizar y vincular datos cuantitativos y cualitativos desde el inicio de nuestro diagnóstico hasta la fase de planteamiento y ejecución del plan de comunicación.

El desarrollo de esta metodología se basó en un objeto de estudio, en éste caso la Constructora y Multiservicios Jireh, posteriormente se planteó un problema de estudio el cual se identificó por medio de los datos obtenidos con la utilización de la observación, entrevista y encuesta en la fase de diagnóstico, datos que fueron cuantificados estadísticamente e interpretados, exponiendo la necesidad de reforzar la comunicación interna de la empresa.

Después de realizada la primera fase, tomando en cuenta el contexto de la empresa y al personal que labora en ella se plantearon estrategias con sus respectivas acciones para brindar soluciones y mejoras a los problemas ya identificados anteriormente. Llevados a la ejecución en la tercera fase, se procedió a un sondeo de los grupos beneficiados y verificación del cumplimiento de las acciones estableciendo indicadores cualitativos y cuantitativos, conclusiones de los logros obtenidos y recomendaciones que la constructora puede considerar para darle continuidad al plan ejecutado en beneficio de la empresa.

1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección

Para Sampieri (2016), Las técnicas son instrumentos de medición, los cuales se utilizan para recolectar, analizar e interpretar datos de los fenómenos que se investigan.

- **La Observación:** para Piloña (2012), la observación es la visión integral que el investigador obtiene del fenómeno que estudia para luego analizarlo.

En este proceso del diagnóstico se desarrolló una observación no participativa, pues solo se aplicó para evaluar y analizar, comunicación, imagen, pertenencia entre otros aspectos propios e internos de la empresa, las cuales se detallan en la recopilación de datos.

- **La encuesta:** de acuerdo a Mérida (2008), Es la técnica que se utiliza para adquirir información esencial, mediante un cuestionario elaborado con anticipación, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración de una población o muestra. Para recabar información puntual se utilizó la encuesta personal.

- **Encuesta personal:**

Consiste en realizar el cuestionario cara a cara, debe existir una interacción entre encuestador y encuestado, normalmente el encuestador toma nota de las respuestas, se debe presentar un entrevistador a la empresa con un cuestionario, encaminado a recabar información pertinente para analizar datos y hacer una conclusión en base a los mismos.

Esta se ejecutó mediante una preparación previa por medio de impresiones las cuales se le entregó a cada uno de los empleados donde se tuvo contacto directo para aclarar dudas o cuestionamientos sobre dicha encuesta. Esta tuvo lugar en las instalaciones de la bodega de la empresa posterior a la charla motivacional o discipulado como lo indicó el gerente de la constructora.

Para determinar la muestra Según los datos obtenidos por la empresa existen un total de 38 empleados, el cual será el total que representará la población u objeto de estudio para realizar la fórmula que se detalla a continuación.

El tamaño de la muestra a considerar es:

Datos:

$$n = ?$$

$$e = 5\% = 0.05$$

Z = 1.96 para el 95% de confiabilidad y 5% error

N = 38 empleados (universo)

$$p = 0.50$$

$$q = 0.50$$

Operando:

$$n = \frac{Z^2 p \cdot q \cdot N}{Ne^2 + Z^2 p \cdot q}$$

$$n = \frac{(1.96^2) (0.5) (1-0.5) (38)}{(38) (0.05^2) + (1.96^2) (0.50) (1-0.50)} = 35 \text{ empleados o muestra}$$

Según la muestra obtenida serán encuestados 35 empleados de la población total.

- **La Entrevista:** para Piloña (2012), es un proceso en que dos o más personas se conectan de forma verbal con el objetivo de obtener información verídica y confiable sobre un tema determinado de la investigación. En el presente diagnóstico se realizará una entrevista focalizada la cual se aplicará a dos representantes administrativos de la constructora para poder analizar sus respuestas y comparar su percepción sobre el manejo de la comunicación interna y el grado de identidad de los empleados con la empresa en que laboran.

1.3.3. Cronograma del Diagnóstico:

Número	Mes del año	Enero			Febrero	
	Semana	3	4	5	1	2
	Actividad					
1	Propedéutico de EPS					
2	Búsqueda y solicitud de prácticas para el EPS					
3	Entrega de carta firmada de la institución a la Escuela					
4	Búsqueda bibliográfica sobre la institución					
5	Estructuración del diagnóstico					
6	Observación, Entrevistas y encuestas					
7	Vaciado de datos					
8	Entrega del primer informe					

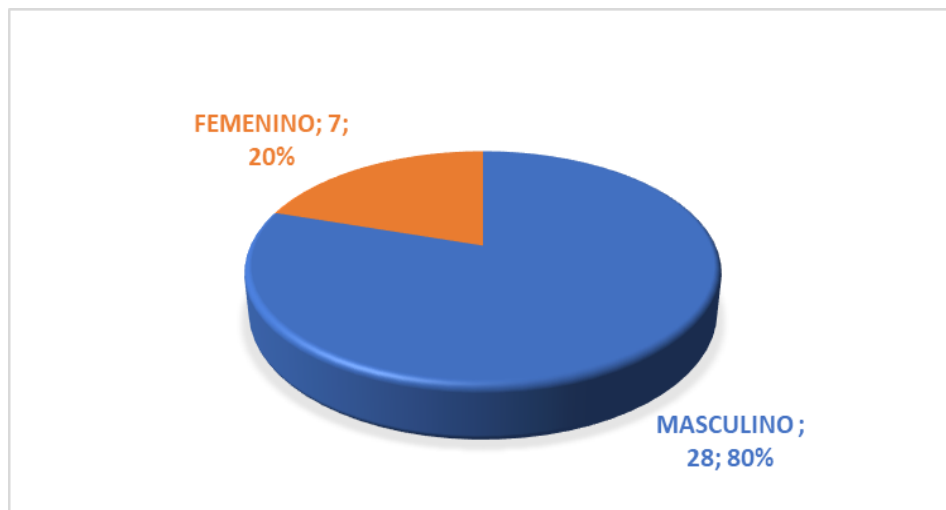
Fuente: elaboración propia, con base al calendario de ejecución del Ejercicio Profesional Supervisado –EPS–

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

1.4.1. Gráficas e interpretaciones de los resultados de las encuestas

Pregunta No. 1

Género



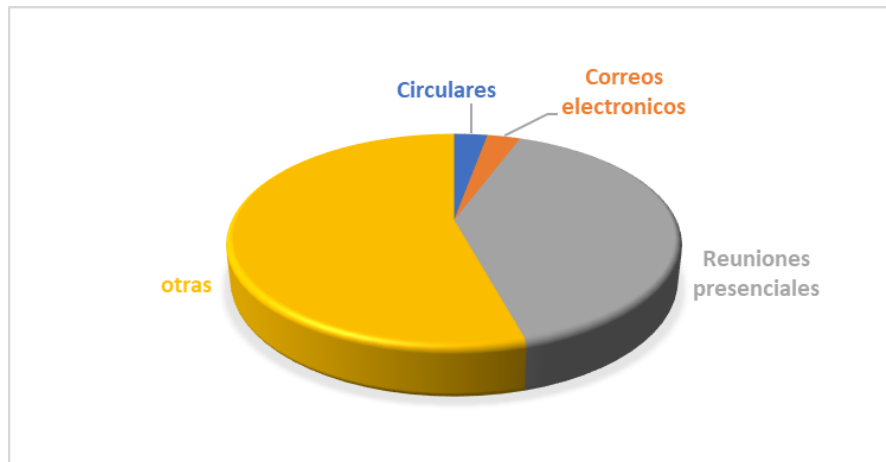
Fuente: Elaboración propia, con base a datos obtenidos de los instrumentos, febrero 2019.

Interpretación de la gráfica:

Con base a la pregunta uno, predomina el Personal de género masculino, siendo la mayoría de ellos quienes se encargan del trabajo técnico de la empresa y la minoría representada en la gráfica es de género femenino, quienes ejercen sus funciones en áreas de oficina haciendo un total de 35 empleados que conforman los diferentes departamentos de Constructora y Multiservicios Jireh.

Pregunta No. 2

Tipo de comunicación que se utiliza en la empresa de forma interna.



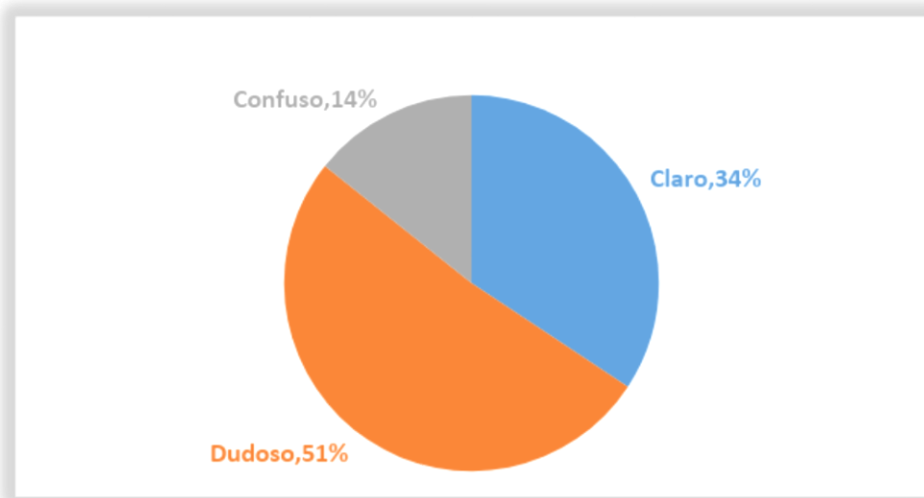
Fuente: Elaboración propia, con base a datos obtenidos de los instrumentos, febrero 2019.

Interpretación de la gráfica:

Basado en la pregunta número dos, se identificaron los medios de comunicación más utilizados en la empresa entre jefes y empleados. El análisis de las respuestas permitió determinar que las reuniones presenciales y las llamadas telefónicas son los medios de comunicación más utilizados internamente.

Pregunta No. 3

Calificación de mensajes recibido.



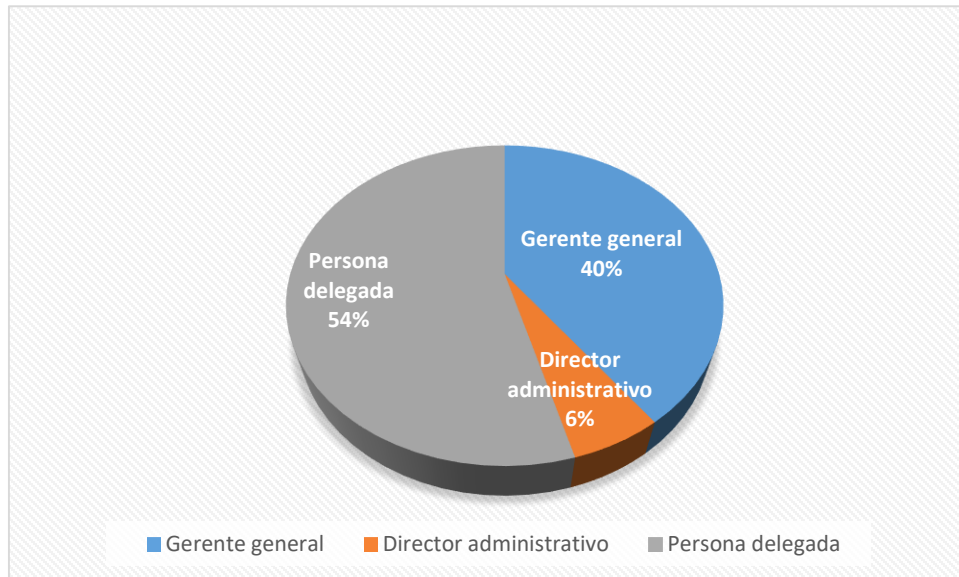
Fuente: Elaboración propia, con base a datos obtenidos de los instrumentos, febrero 2019.

Interpretación de la gráfica:

La pregunta número tres demostró que los medios de comunicación utilizados internamente en la empresa no transmiten un mensaje claro, puesto que el 52% de los mensajes es dudoso lo cual se convierte en un proceso de comunicación deficiente. Esta situación se convierte en una debilidad para la empresa y que puede causar incumplimiento de metas y objetivos de la empresa.

Pregunta No. 4

Comunicación de instrucciones.



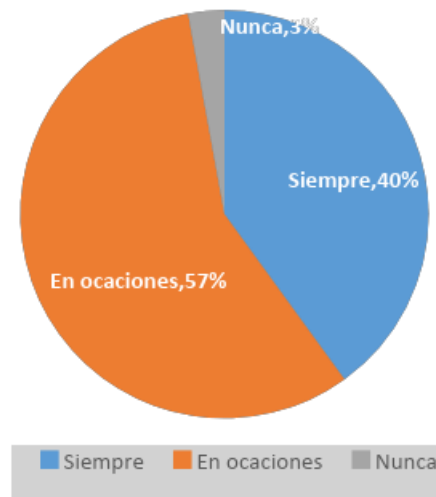
Fuente: Elaboración propia, con base a datos obtenidos de los instrumentos, febrero 2019.

Interpretación de la gráfica:

La pregunta cuatro permitió establecer como delegan funciones Comunicacionales según su organización interna, exponiendo el caso de ausencia del Gerente General y analizadas las respuestas de los empleados se delegan funciones de una forma desorganizada pues cualquier otro empleado cumple con las funciones que corresponden al director de comunicación adjunto con el subgerente o directores de cada departamento según sea el caso.

Pregunta No. 5

Transmisión del mensaje.



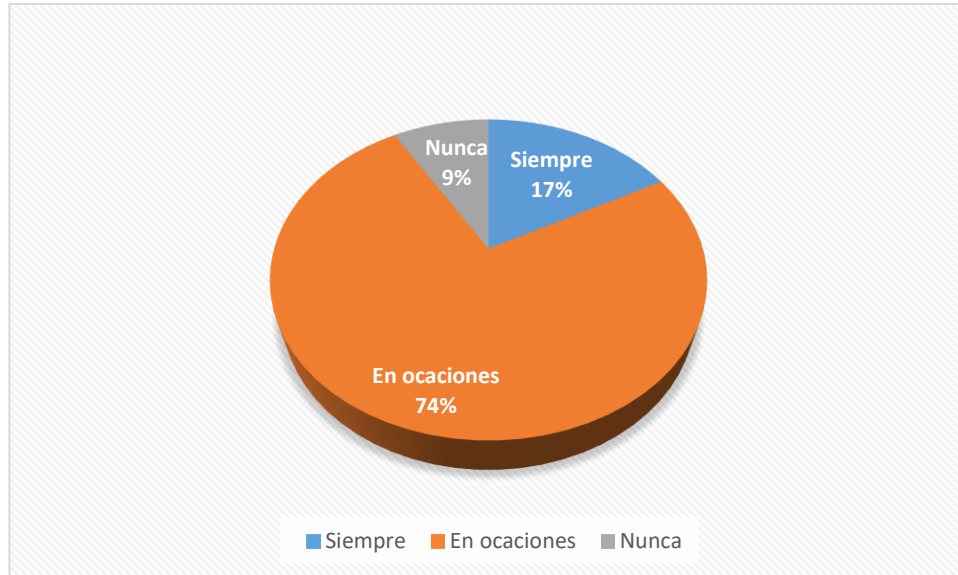
Fuente: Elaboración propia, con base a datos obtenidos de los instrumentos, febrero 2019.

Interpretación de la gráfica:

Por medio de esta pregunta se analizó la manera en que se transmite el mensaje enfocado al trato que tiene la persona delegada al momento de comunicar mensajes a los empleados, concluyendo en que existe falta de respeto, puntualidad y claridad al comunicarse con los empleados. Con este punto se debe tener en cuenta que, si no existen buenas relaciones interpersonales en la empresa y se sobrepasa la autoridad delegada, el ambiente laboral se vuelve hostil, incómodo y principalmente negativo en la productividad de la empresa.

Pregunta No. 6

Conocimiento de la agenda.



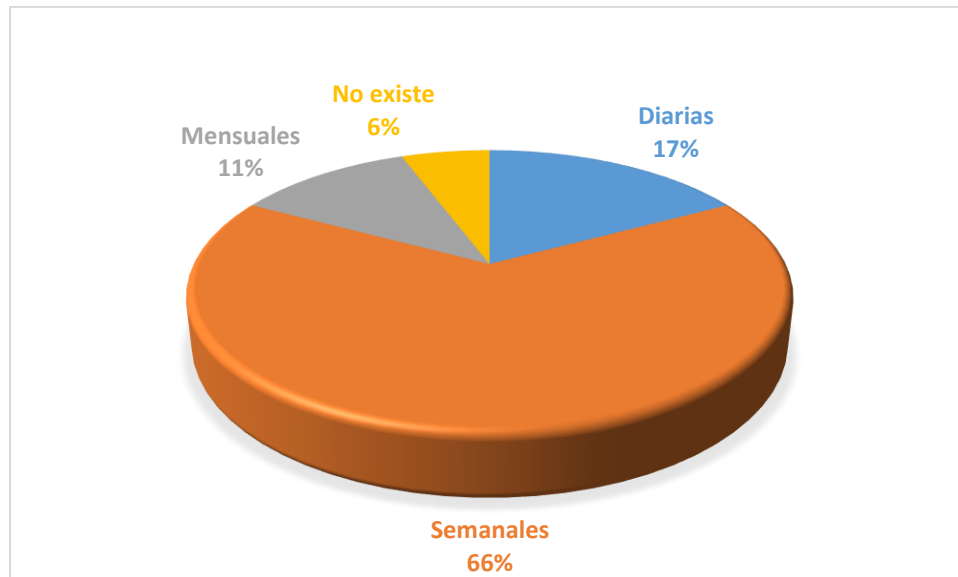
Fuente: Elaboración propia, con base a datos obtenidos de los instrumentos, febrero 2019.

Interpretación de la gráfica:

La pregunta seis permitió conocer si los empleados conocen la agenda de la empresa, las respuestas permitieron concluir en que no se maneja una agenda diaria, a pesar de ser necesaria para tener presente las actividades y funciones. En contradicción a los empleados que siempre tienen acceso a la agenda, ellos se basan en que saben sus funciones diarias por la continuidad que manejan, pero no basados en una agenda rea, general e interna de la empresa.

Pregunta No. 7

Temporalidad de manejo de agenda.



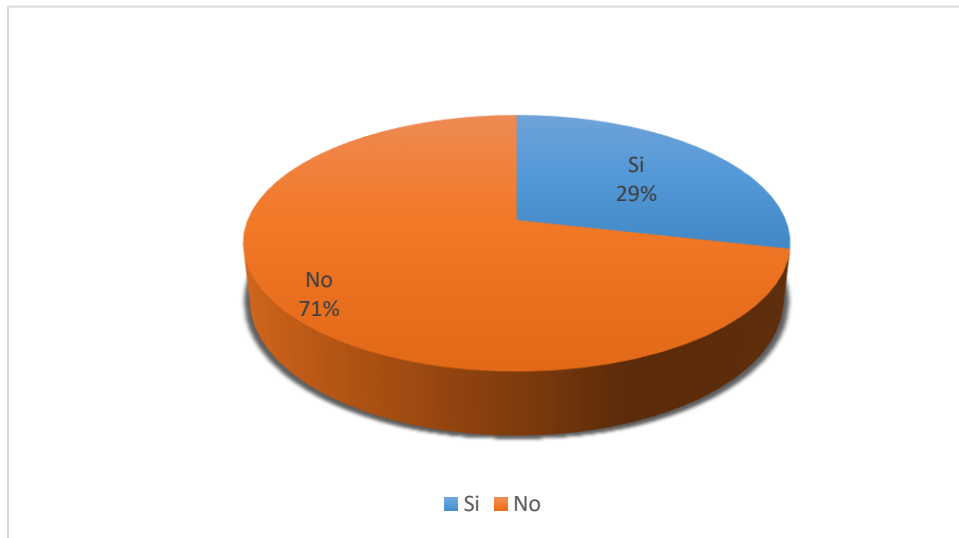
Fuente: Elaboración propia, con base a datos obtenidos de los instrumentos, febrero 2019.

Interpretación de la gráfica:

La pregunta siete establece mediante la mayoría de respuestas que la temporalidad con que les dan instrucciones se maneja semanalmente cada lunes, estas se imparten durante la charla o predica que imparte el gerente de la empresa, pudiendo ser la principal causa que la información sea dudosa pues no hay suficiente tiempo para transmitir funciones por departamento y con cada encargado o supervisor de ejecución de proyectos, señalando uno más de los problemas existentes dentro de la constructora.

Pregunta No. 8

Conocimiento del Reglamento Interno.



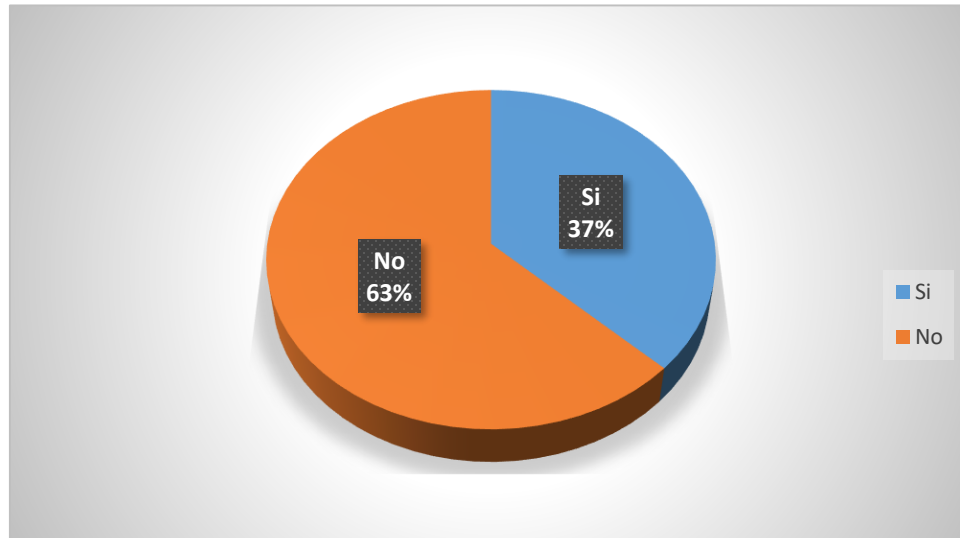
Fuente: Elaboración propia, con base a datos obtenidos de los instrumentos, febrero 2019.

Interpretación de la gráfica:

Con base a la pregunta ocho se indaga en el conocimiento del reglamento interno de la empresa pues colabora a la organización de la institución. Es de conocimiento del personal que existe un reglamento, sin embargo, la mayoría de los empleados no sabe cuál es y el otro porcentaje que representa a la minoría solo sabe algunas reglas como entradas puntuales, uso del uniforme, aunque este no se cumple, ingerir bebidas etílicas en horarios de trabajo o dentro de la empresa. Una vez más se asume que por haber mencionado el reglamento en ciertas ocasiones los empleados ya conocen lo establecido.

Pregunta No. 9

Conocimiento de la historia



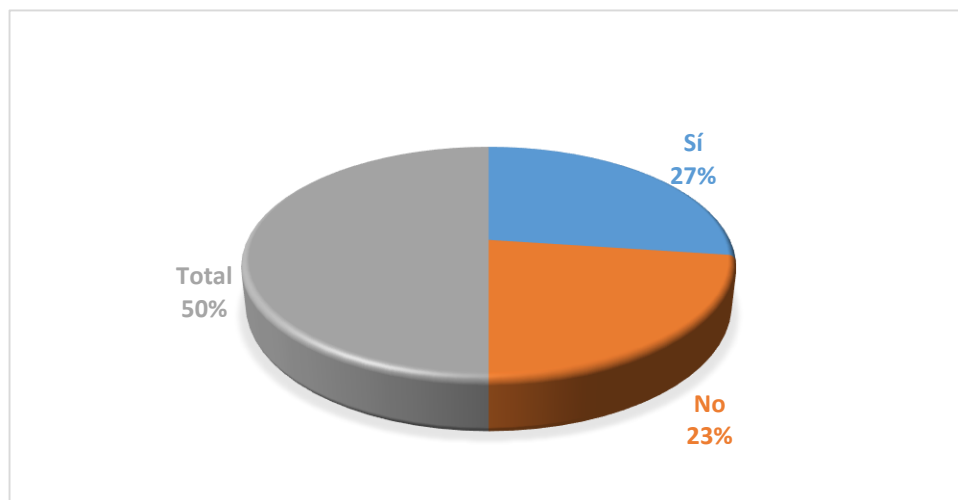
Fuente: Elaboración propia, con base a datos obtenidos de los instrumentos, febrero 2019.

Interpretación de la gráfica:

Para medir la identidad o pertenencia del empleado con la empresa, se analizó en base a la pregunta nueve el conocimiento de la historia o antecedentes que el empleado tiene o recuerda, a lo que las respuestas demostraron que el mayor porcentaje de los empleados no saben la historia de la constructora y quienes dicen conocer la historia solo saben o recuerdan detalles menores de la misma.

Pregunta No. 10

Conocimiento: misión y visión, objetivos.



Fuente: Elaboración propia, con base a datos obtenidos de los instrumentos, febrero 2019.

Interpretación de la gráfica:

Esta pregunta también fue realizada para identificar el nivel de identidad que posee el empleado con la empresa, en este caso con información esencial de la empresa. Con base a las repuestas se logró establecer que casi la mitad de los empleados no tienen conocimiento de esta información y que más de la mitad de los empleados solo tienen conocimiento ya sea solo del objetivo otros de la visión o misión, pero ninguno de los empleados conoce o recuerda los tres por completo.

Pregunta No. 11

Actividades Motivacionales.



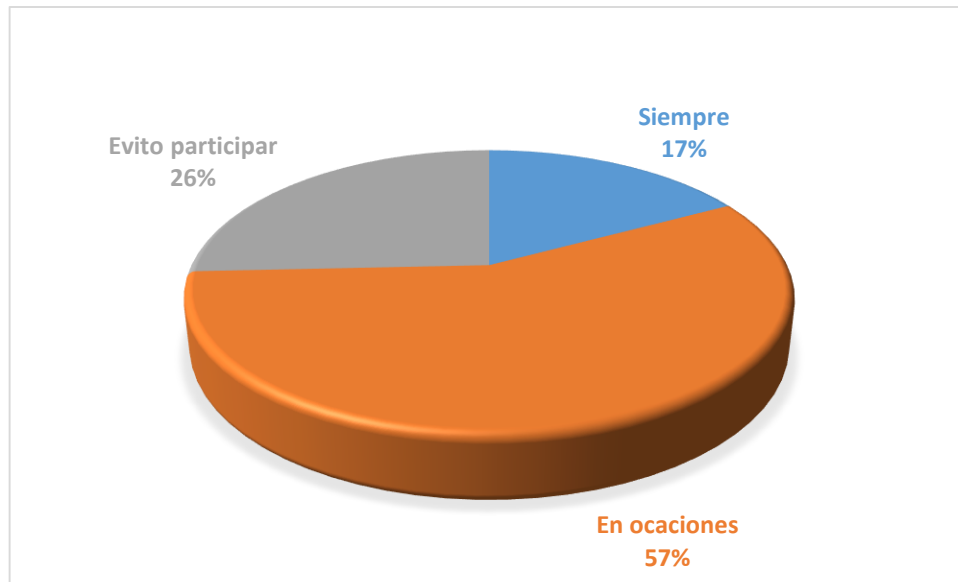
Fuente: Elaboración propia, con base a datos obtenidos de los instrumentos, febrero 2019.

Interpretación de la gráfica:

Con base a la pregunta once se establece que las charlas o predicas realizadas cada lunes es lo que se interpreta como una actividad motivacional, según el gerente general con la que se busca mejorar las relaciones interpersonales, crear identidad con la empresa y motivar al desempeño de un trabajo efectivo. Sin embargo, por parte de los empleados se sugirió que se cambie la modalidad de las charlas, los temas y se implementen nuevas actividades.

Pregunta No. 12

Opina en reuniones.



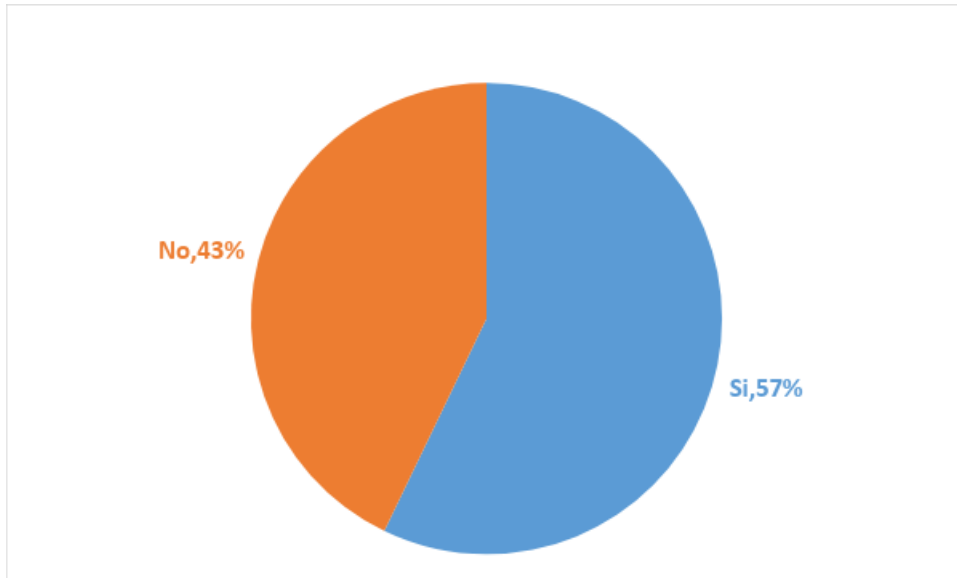
Fuente: Elaboración propia, con base a datos obtenidos de los instrumentos, febrero 2019.

Interpretación de la gráfica:

La pregunta número doce permite medir la participación del empleado, confianza y seguridad que pueda tener para participar o involucrarse de forma significativa con la empresa para sugerir, proponer o exponer ideas que aporten mejoras significativas en sus funciones o para la empresa.

Pregunta No. 13

Conoce a su jefe inmediato.



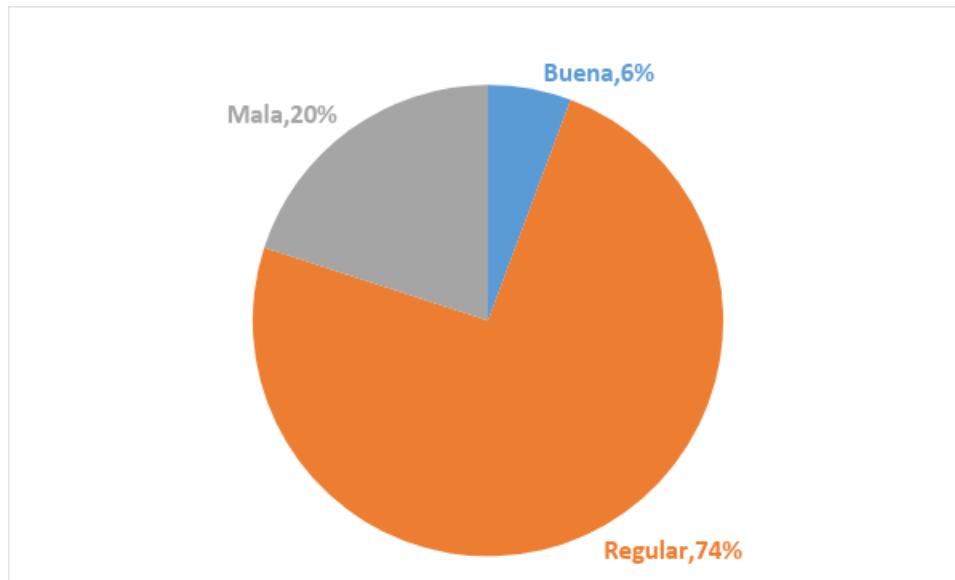
Fuente: Elaboración propia, con base a datos obtenidos de los instrumentos, febrero 2019.

Interpretación de la gráfica:

Es importante que cada persona conozca su función, ubicación, puesto y organización estructural dentro de la empresa, tanto jefes de departamentos como empleados. Esta pregunta permitió determinar si los empleados conocen el departamento en el que se ubican en el desempeño de sus labores e identificar a su jefe inmediato, a lo que las respuestas concluyeron que el 43% respondió no saber quién es su jefe inmediato y el 57% que indicó saber quién es su jefe inmediato identifica a jefes de otro departamento como el suyo.

Pregunta No. 14

Comunicación interna.



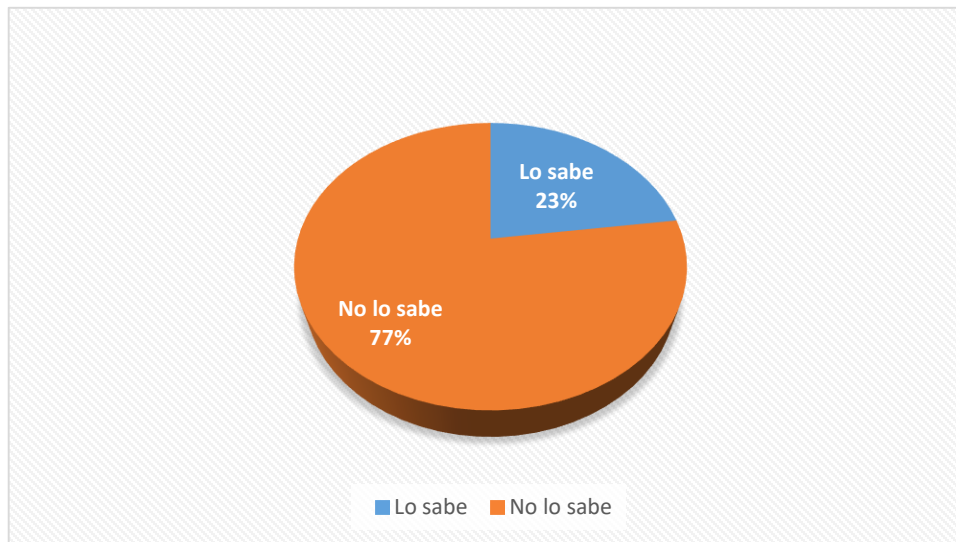
Fuente: Elaboración propia, con base a datos obtenidos de los instrumentos, febrero 2019.

Interpretación de la gráfica:

Esta pregunta permitió analizar de forma general si la comunicación interna que se maneja en la constructora es buena mala y un término medio calificada como regular, a lo que un 74% del personal calificó con esta última opción.

Pregunta No. 15

Función del departamento de comunicación.



Fuente: Elaboración propia, con base a datos obtenidos de los instrumentos, febrero 2019.

Interpretación de la gráfica:

Como conocimiento general se realizó la pregunta 15 para identificar si el personal conoce las funciones de un departamento de comunicación. Con base a las respuestas se determinó que no saben la funcionalidad e importancia y en este caso lo necesario de un Departamento de Comunicación para la constructora. El otro porcentaje que indicó saber la función del departamento detalló que su función primordial es comunicar.

1.4.2. Resultados de la observación



Guía de la observación directa no participativa

Lugar: Constructora y Multiservicios Jireh

Fecha: 21 de enero de 2019

Hora: 7:30 am

Aspectos observados: Se inició con un recorrido por las instalaciones de la empresa, al ingresar a las instalaciones de la constructora se confirmó que no cuenta con gráficas o señales visuales que identifiquen su ingreso y por estar ubicada en un segundo nivel sobre otros negocios ajenos a la constructora puede causar que visitantes o clientes se desubiquen. No se visualiza por ningún medio la misión visión y objetivos de la empresa lo cual debilita la imagen de la constructora y la identidad del empleado con la misma.

Al ubicarse en el segundo nivel no se encuentra señalizada la función o departamento al que pertenece cada oficina al igual que el tercer y cuarto nivel, lo que puede causar confusión para los clientes o personas ajenas a la empresa que llegan en busca de sus servicios.

Los demás departamentos como bodega, transporte venta y distribución de materiales se encuentra en otras instalaciones en los alrededores de la empresa, esto complica la comunicación entre jefes y empleados. Dentro de las instalaciones tampoco se observaron carteleras, u otros medios de comunicación para compartir información internamente, principalmente con los empleados.

Dentro de los aspectos de comunicación solo se pudo observar que se utilizan las llamadas telefónicas, correos entre jefes de departamento o una minoría red social whatsapp como un medio de comunicación interna, siendo las llamadas telefónicas la que predomina.

Los empleados cumplen con otras funciones además de las suyas cuando es necesario sin embargo los que llevan controles administrativos pueden tener pérdida de control y complicaciones al presentar informes por estas mismas acciones.

Cuenta con la maquinaria y recursos físicos necesarios para cumplir con trabajo de oficina y técnico de campo entre ellos, equipo de oficina, transporte, maquinaria y equipo de construcción, todo esto por cada departamento que integra la constructora.

Y por último la ubicación geográfica de la empresa es un poco complicada ya que se encuentra dentro de una colonia popular cerrada la cual cuenta con un solo ingreso vehicular.

1.4.3. Resultados de la entrevista

Ficha de la entrevista

Entrevista 1	
Nombre:	Edi Arnoldo Marroquín Aguilar
Fecha:	Miércoles 16 de enero del año 2019
Lugar:	Constructora y Multiservicios Jireh
Puesto:	Gerente General
Objetivo:	Analizar la comunicación interna de la empresa y los canales de comunicación que utilizan con sus empleados.
Medio:	Guía de preguntas

Realizada al Gerente General y dueño de la Constructora y Multiservicios Jireh

Entrevista 2	
Nombre:	Marvin Alejandro Rodríguez
Fecha:	Miércoles 16 de enero del año 2019
Lugar:	Constructora y Multiservicios Jireh
Puesto:	Gerente Administrativo
Objetivo:	Analizar la percepción de comunicación interna y canales de comunicación que utilizan con los empleados.
Medio:	Guía de preguntas

Realizada al Gerente Administrativo de la Constructora.

Resultado de la entrevista 1

Según las respuestas dadas por el propietario y Gerente General de la empresa se establecieron las siguientes conclusiones:

- La empresa surgió por la experiencia de campo que tuvo el propietario con personas que carecían de vivienda hasta el punto de promover una ley de vivienda para que personas de escasos recursos tuvieran la oportunidad de acceder a un hogar digno, la cual inició en la sala de su hogar teniendo un crecimiento, este inicio con tres personas una de ellas el actual propietario.
- La empresa tenía otro nombre y posteriormente la nombraron “Jireh” lo que significa Dios con nosotros, y es una fe que basado en las palabras del propietario que ponen en práctica cada día.
- En los aspectos comunicacionales la empresa realiza reuniones semanales en las que se desarrollan varias funciones de la comunicación interna de la empresa: la primera para reforzar la imagen corporativa como misión, visión, objetivos, reglamento interno en cual se aplican principios y valores, también la agenda de labores que según lo indicado se maneja semanalmente debido a que el trabajo que realiza la constructora en mayormente en el interior del país.

Atraves de estas reuniones también se realizan charlas motivacionales dirigidas a los empleados que por sus funciones ejercen en las oficinas centrales de la empresa.

- Además de las reuniones de los días lunes, otros medios de comunicación que se manejan internamente en la constructora son los medios escritos como correos electrónicos y circulares y para reforzar los mensajes se utilizan llamadas telefónicas de lo cual existe una encargada responsable del manejo de información.

Resultado de la entrevista 2

De acuerdo a las respuestas obtenidas del Subgerente Administrativo se concluyó:

- Los canales o medios de comunicación más utilizados son circulares correos electrónicos llamadas telefónicas y whatsapp, el cual explicó con más detalle que solo se utiliza con ciertas personas o empleados de la empresa.
- La persona encargada de comunicar a los empleados sobre funciones o información relacionada con la empresa es la secretaria de Gerencia, la cual no se indicó nombre de la misma y no se logró identificar su espacio laboral debido a la falta de señalización de las oficinas.
- Según el Subgerente Administrativo todos los días antes de iniciar labores se presentan a secretaría donde se les indica funciones diarias.
- La misión, visión y objetivos son comunicados cada lunes en las reuniones que se enlazan con las charlas motivacionales.
- Para motivar a sus empleados, mejorar relaciones interpersonales y fomentar la identidad con la empresa, se realizan reuniones y desayunos, aunque no son tan seguidos. Estas actividades las realizan principalmente para mejorar el ambiente laboral y la comunicación entre empleados.
- El Subgerente administrativo concluye en que la comunicación interna de la empresa es complicada porque existe mucha indiferencia entre empleados.

Tablas comparativas: puntos de encuentros y disensos entre entrevistados

Puntos de encuentro	Disensos
Los tipos de comunicación que se utilizan en la empresa son medios escritos, llamadas telefónicas y de manera mínima la red social whatsapp	Se realizan desayunos y reuniones motivacionales pero no se realizan con mucha frecuencia.
Al momento de la ausencia de los gerentes a quien se delega es a la encargada de recursos humanos.	Para el Gerente General de la empresa la comunicación directa verbalmente es la más efectiva, mientras que el subgerente administrativo la comunicación interna de la empresa es complicada debido a las diferencias entre empleados.
La agenda o funciones diarias son comunicadas semanalmente en las reuniones que se realizan cada lunes.	
Misión, visión y objetivos de la empresa son recordados en la reuniones de los días lunes.	
En las reuniones de los días lunes se realizan charlas motivacionales.	

Tabla donde se comparan las respuestas del Gerente General y el Gerente Administrativo.

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN:

1.5.1. Fortalezas

- Uso de redes sociales para comunicarse externamente.
- Reconocida en el campo de la construcción, mantienen comunicación con la empresa.
- Le comunica la agenda semanalmente a sus empleados.
- Motiva a sus empleados por medio de charlas semanalmente.
- En línea descendente se identifica la estructura organizacional.

1.5.2. Oportunidades

- Establecer y comunicar misión, visión y objetivos de la constructora.
- Cambiar el enfoque de las charlas motivacionales
- Fortalecer los canales de comunicación interna
- Mejorar la Comunicación horizontal y vertical de la constructora
- Realizar la identificación de las diferentes áreas con las que cuenta la empresa.

1.5.3. Debilidades

- Internamente no se aprovechan las redes sociales como un canal de comunicación.
- Falta de señalización de los diferentes departamentos y ambientes de la institución.
- Falta de Motivación.
- Se desconoce la organización interna de la Constructora.

1.5.3. Amenazas

- Resistencia al cambio comunicacional.
- Falta de interés de los empleados
- Incumplimiento de funciones y metas laborales por ruidos en la comunicación interna.

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

A continuación, se presentan los antecedentes, objetivos, público objetivo, mensaje y estrategias comunicacionales planificadas.

2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

Constructora y Multiservicios Jireh es una empresa con 22 años de trayectoria que se dedica a la construcción de vivienda popular en los distintos departamentos de Guatemala, en conjunto con el Gobierno de Guatemala. Fue creada en septiembre de 1998, por Edi Marroquín actual propietario y Gerente General de la Constructora.

Dentro de la organización no existen registros de la ejecución o aplicación de un Diagnóstico y plan de comunicación en años anteriores, empíricamente se ha implementado el uso de herramientas comunicacionales tales como correos electrónicos, llamadas telefónica, circulares y redes sociales (Facebook, WhatsApp), Sin embargo, no se han obtenido los resultados esperados.

El diagnóstico realizado en el mes de febrero será el primer diagnóstico comunicacional que se estableció como antecedente en la Constructora y Multiservicios Jireh, al igual que el Plan de comunicación que tiene como objetivo mejorar la comunicación interna de la Constructora y Multiservicios Jireh.

2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

A continuación, se presentan los objetivos del plan de comunicación.

2.2.1. Objetivo General

Mejorar la comunicación interna de la Constructora y Multiservicios Jireh.

2.2.2. Objetivos específicos

- Reforzar los medios de comunicación interna existentes en la empresa.
- Fortalecer la imagen corporativa.

2.3. PÚBLICO OBJETIVO

Interno: empleados de la constructora y Multiservicios Jireh

EVOLUCIÓN DEMOGRÁFICA	
EDAD	18 en adelante
GÉNERO	Hombres y mujeres
RELIGIÓN	Indiferente
UBICACIÓN GEOGRÁFICA	Indiferente
NIVEL DE ESTUDIO	Saber leer y escribir.
OCUPACIÓN	Administradores, Licenciados, Arquitectos, Ingenieros, Contadores, Bachiller, Secretarias, Fontaneros, Herreros, Electricistas, Maestros de obras, Albañiles, Ayudantes de albañil, Vendedores, Transportistas

2.4. MENSAJE

“Edificamos para un mejor futuro”

2.5. ESTRATEGIAS

Con base al diagnóstico previamente realizado en la Constructora y Multiservicios Jireh, se evidencio que la comunicación interna posee varias debilidades que afectan el manejo y transmisión de información entre jefes y empleados. Otra debilidad encontrada fue la falta de identidad que existe por parte de los empleados hacia la empresa en la cual laboran, pues no se ha reforzado y promovido la imagen corporativa provocando que los empleados desconocen aspectos fundamentales de la empresa tales como visión, misión y objetivos.

Es por estas razones que se plantean las siguientes estrategias de comunicación como soluciones a los problemas identificados en la Constructora y Multiservicios Jireh.

- **Reforzar los canales de comunicación interna de la Constructora y Multiservicios Jireh.**

Creación de dos grupos de chat en la red Social WhatsApp uno para jefes de departamentos (gerencia) y un segundo para el equipo de trabajo en general (empleados), como un canal de comunicación confiable e i para evitar ruidos comunicacionales entre jefes y empleados. Utilizar un recurso con el que ya cuenta el equipo de trabajo de la constructora implica economizar gastos adicionales y aprovechar los recursos con los que se cuentan.

Adicional a los grupos de chat se implementará el uso de carteleras en las dos instalaciones de la constructora donde los empleados permanecen más tiempo (oficinas y bodega), para mantener una comunicación actualizada y reforzada de las actividades o información en general que se comunica desde gerencia.

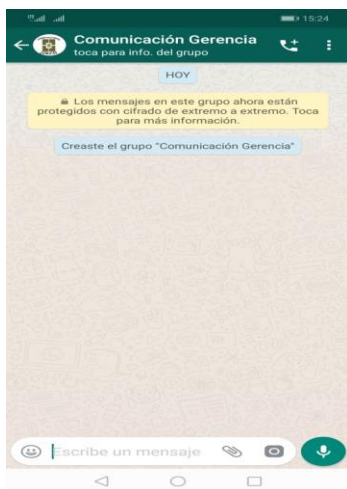
- **Crear material informativo y actividades que promuevan identidad corporativa.**

Elaboración de material que contienen la misión, visión y objetivos en cada edificio de la constructora para que estén a la vista de los empleados y visitantes las cuales serán colocadas en puntos estratégicos, además se producirán trifoliales con la misma información agregando una reseña histórica de la constructora esto con la finalidad de promover la Imagen corporativa internamente.

Incluidas también en esta estrategia actividades para promover y mejorar las relaciones interpersonales y motivar a los empleados para que sean más productivos en el cumplimiento de sus funciones.

2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

ACCIÓN 1	
A qué estrategia corresponde cada acción	Reforzar los canales de comunicación interna de la Constructora y Multiservicios Jireh.
Problema	No se aprovechan las redes sociales como herramientas de comunicación interna para informar a los diferentes departamentos y empleados.
Producto	Red Social Whatsapp
Objetivo comunicacional	Mejorar la comunicación interna de la empresa, creando grupos de whatsapp uno para los jefes de departamentos y otro para los empleados y así comunicarse de forma inmediata y clara
Público objetivo	Empleados de la Constructora y Multiservicios Jireh
Medio de difusión	Grupos de whatsapp

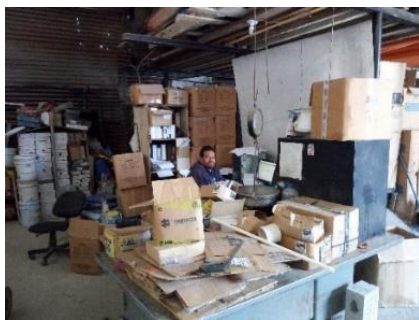


Grupo de whatsapp para uso de gerencia y jefes de departamentos



Grupo de whatsapp para uso de todo los empleados de la empresa

ACCIÓN 2	
A qué estrategia corresponde cada acción	Reforzar los canales de comunicación interna de la Constructora y Multiservicios Jireh.
Problema	La información en general de la empresa dirigida a los empleados se comunica por un una sola vía
Producto	Carteleras informativas
Objetivo comunicacional	Informar a los empleados sobre actividades y funciones laborales en general semanalmente, colocando una cartelera en las instalaciones administrativas y una segunda en bodega, de las cuales será responsable la secretaria general y recepcionista de la Constructora.
Público objetivo	Jefes de departamentos y empleados
Medio de difusión	Circulares, agendas semanales entre otros.



Instalaciones de bodega donde se colocará una de las carteleras para que brinde información al equipo técnico.



Recepción de oficinas centrales, donde se colocará una cartelera más para acceso al personal de oficinas y clientes en general.

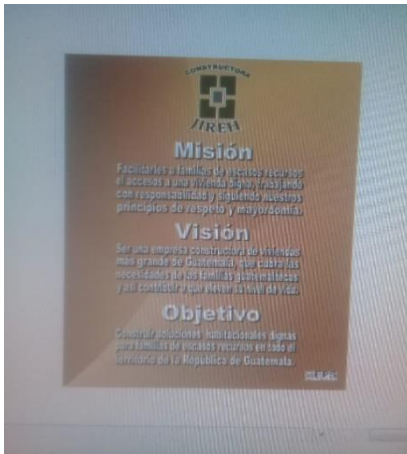
ACCIÓN 1	
A qué estrategia corresponde cada acción	Crear material informativo y actividades que promuevan identidad corporativa.
Problema	No se promueve la misión, visión y objetivos de la Constructora
Producto	Manta vinílica y cuadro PVC
Objetivo comunicacional	Promover la misión visión y objetivos de la Constructora para que los empleados se identifiquen con la empresa y se refuerce la imagen corporativa internamente.
Público objetivo	Empleados de la Constructora y Multiservicios Jireh
Medio de difusión	1 manta vinílica y un cuadro PVC con material adhesivo, a colocarse en punto estratégico en bodega y en la recepción de las instalaciones centrales de la constructora.



Recepción, Oficinas centrales de la constructora, donde se colocará el cuadro PVC.



Bodega de la constructora, donde se ubicará una manta vinílica con la información antes mencionada



Boceto de la información contenida en la manta vinílica y cuadro PVC, que contendrán la misión, visión y objetivos de la empresa.

ACCIÓN 2	
A qué estrategia corresponde cada acción	Crear material informativo y actividades que promuevan identidad corporativa.
Problema	Falta de acceso a la información corporativa
Producto	Trifoliales
Objetivo comunicacional	Reforzar la identidad de los empleados con la Constructora y Multiservicios Jireh proporcionándoles un trifoliar que contenga misión visión y objetivos, incluyendo una breve reseña histórica de la constructora.
Público objetivo	Empleados de la Constructora y Multiservicios Jireh
Medio de difusión	Formato Digitales, 100 trifoliales, Distribución a todos los empleados.

5av. 30-73 zona 10. Colonia la Bendición de Dios, Mixco, Guatemala.
Tel. 2433-8632

[Htt://www. Constructora y Multiservicios Jired.](http://www.Constructora y Multiservicios Jired.)

RESEÑA HISTORICA.

La constructora inició a partir del 24 de septiembre de 1996 como una venta informal de materiales de construcción como Multiservicios Ebenezer "Hasta aquí nos ayudó Jehová". Posterior en 1998 ampliamos nuestra visión para dedicarnos de lleno a la construcción de vivienda y edificaciones de dos, tres y más niveles, aperturas de brechas, entre otras, todo esto con pagos al contado y al crédito.

Nuestro objetivo fue ser una desarrolladora mayoritaria y ejecutar proyectos sociales por todo el territorio nacional, al paso de los años la constructora se organizó con equipos de trabajo en las áreas técnicas, administrativas y de comunicación, adquiriendo experiencia y obteniendo así relación con muchas familias de pobreza y pobreza extrema en el interior del país.

Hemos trabajado para el Gobierno de Guatemala y empresas como TIGO, hasta la fecha hemos construido 45.546 viviendas, con 22 años de trayectoria en el campo de la construcción civil, enfocados al servicio de construcción de vivienda popular buscando dignificar y facilitar el acceso a la misma, con lineamientos al área social urbana y rural de Guatemala.

MISIÓN.

Facilitarles a familias de escasos recursos el acceso a una vivienda digna, trabajando con responsabilidad y siguiendo nuestros principios de respeto y mayordomía.

VISIÓN.

Ser una empresa constructora de viviendas más grandes de Guatemala, que cubra las necesidades de las familias guatemaltecas y así contribuir a que eleven su nivel de vida.

OBJETIVO.

Construir Soluciones Habitacionales dignas para familias de escasos recursos en todo el territorio de la República de Guatemala.

SERVICIOS.

- Construcción y Urbanización de calles.
- Carreteras y Caminos.
- Construcción de viviendas particulares y privadas.
- Edificación de toda Clase.
- Compra y venta de materiales de Construcción.
- Importación y Exportación de materiales de construcción.
- Supervisión y accesoria de vienes raíces.
- Supervisión y accesoria en ingeniería civil.

CON EXPERIENCIA DE 23 AÑOS EN CONSTRUCCIÓN DE VIVIENDAS.

Diseño del trifoliar utilizado como una de las acciones del plan de comunicación.

ACCIÓN 3	
A qué estrategia corresponde cada acción	Crear material informativo y actividades que promuevan identidad corporativa.
Problema	Malas Relaciones interpersonales entre empleados.
Producto	Talleres Motivacionales y de recreación
Objetivo comunicacional	Motivar a los empleados para dar lo mejor de si en las funciones que les corresponde y promover cambios positivos en su ambiente laboral y poder mejorar sus relaciones interpersonales
Público objetivo	Empleados de la Constructora y Multiservicios Jireh
Medio de difusión	Capacitador, dos actividades , 1 por mes, impartida a todo el personal que labora para la constructora.

Talleres Motivacionales y de Recreación		
Actividad	Objetivo	Incentivo
Actividades Motivacionales y recreativas	Reconocer el trabajo y esfuerzo de los empleados, compartir en grupo para reforzar sus relaciones interpersonales.	<ul style="list-style-type: none"> • Organizar actividades recreativas • Desayuno

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

El siguiente informe se muestran los detalles del proyecto tales como el financiamiento, presupuesto empleado, grupos beneficiados, recursos utilizados, área geográfica donde fue ejecutado el plan y los detalles de las estrategias desarrolladas.

3.1. PROYECTO DESARROLLADO

“PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA DE CONSTRUCTORA Y MULTISERVICIOS
JIREH”

3.1.1. Financiamiento

El financiamiento para la ejecución del plan de comunicación en la Constructora y Multiservicios Jireh será cubierto al 100% por la misma.

3.1.2. Presupuesto

Descripción del presupuesto utilizado.

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Cartelera con marco de madera con fondo de corcho	2	Q89.00	Q178.00
Manta vinílica de 80x 1	1	Q45.00	Q45.00
Cuadro PVC de 80x 1	2	Q45.00	Q90.00
Rótulos de PVC de 30cmx 7	10	Q25.00	Q250.00
Trifoliales full color, tamaño carta, papel bond.	100	Q1.75	Q.175.00
Capacitador, Lic. En comunicación y RRHH.	3	Q3,000.00	Q9,000.00
Asesoría Comunicacional	1	Q5,000.00	Q10,000
		Total	Q19,738.00

3.1.3. Beneficiarios

Beneficiarios		Beneficio
Primarios	Gerente General y Jefes de Departamentos	Se informó y promovió a los empleados el uso de las nuevas herramientas para mejorar la comunicación internamente y ser más productivos, se motivó a ser parte de la imagen corporativa.
Secundarios	Empleados de la constructora	Se promovió el uso de herramientas comunicacionales para mantener una comunicación efectiva, constante y con inmediatez internamente, transmitiendo instrucciones, requerimientos, agenda, actividades entre otras,

3.1.4. Recursos Humanos

Personal	Cargo	Actividad
Edi Marroquín	Gerente General	Autorización de las actividades con el personal de la empresa.
Marvin Rodríguez	Gerente Administrativo	Facilitar recursos, información y agilizar actividades.
Marisol Raxon	Contadora de la empresa.	Coordinación de recursos para talleres
Marly Coque		Colaboración en talleres
Edgar	Jefe de Bodega	Colocación de material informativo corporativo.
Yovany González	Encargado de obra de Construcción del área técnica y de ejecución de la constructora	Colaboración en entrega de trifoliales, con personal ubicada fuera de las oficinas centrales de la constructora
Edgar Guevara	Perito en Mercadotecnia y Publicidad, colaborador externo	Producción de material informativo: mantas, cuadros y placas pvc
Lesly Orellana	Bachiller en dibujo y construcción, colaborador externo	Colaboración en elaboración de trifoliar
Allan Orellana	Administrador, colaborador externo	Cotización y compra de carteleras
Evelin Hernández		Asesoría y supervisión de EPS
Smile Orellana	Administrador de empresas	Colaboración en asesoría para elaboración de EPS
Ruth Barahona	Epesista	Responsable de ejecutar proyecto de comunicación EPS.

3.1.5. Áreas Geográficas de Acción

La ejecución del Plan de Comunicación se realizó en la Constructora y Multiservicios Jireh, 4^a.
Avenida "C" 30-53 zona 10 Mixco Colonia La Bendición de Dios.

3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

El Plan de comunicación se desarrolló con base a dos estrategias de comunicación, la primera para reforzar los medios de comunicación interno existentes en la empresa y la segunda enfocada a crear material informativo, visual y actividades para promover identidad corporativa.

Estrategia:

Reforzar los canales de comunicación interna de la Constructora y Multiservicios Jireh.

Objetivo comunicacional:

Mejorar la comunicación interna de la empresa, creando grupos de whatsapp uno para los jefes de departamentos y otro para los empleados y así comunicarse de forma inmediata y clara

Descripción:

Se crearon dos grupos en la red social whatsapp para comunicar información laboral correspondiente a la constructora de gerencia a jefes de departamento y un segundo, de igual forma para comunicar información laboral y reforzar instrucciones para todo el personal de la empresa ya sea en oficinas centrales o en área técnica. Adjunto se implementó la colocación de carteleras en las dos instalaciones centrales de la constructora para reforzar y mantener un recordatorio de información que se comunique en la empresa.

Acciones desarrolladas

- Creación de 2 grupos en red social whatsapp.

Se explicó a todo el personal cual era la finalidad de estos grupos y la utilidad de cada uno.

1. Grupo "Comunicación Gerencia", creado para uso de gerencia, se agregaron los números de cada uno de los jefes de departamentos. Por medio de este grupo el gerente comunica fechas y horas de reuniones, solicita información y transmite instrucciones.
 2. Grupo "Equipo Técnico", acá se comunican instrucciones de diferentes departamentos, solicitudes, información sobre actividades y se refuerza todo tipo de información para todo el personal o empleados de la constructora.
- Colocación de carteleras

Se adquirieron dos carteleras, una colocada en recepción y una segunda en bodega con el objetivo de poder mantener a la vista agenda de actividades, información relevante para los diferentes departamentos de la empresa o en general.

 1. Cartelera en recepción, esta permite comunicar información a todo el personal, reforzar la información comunicada e incluso transmitir información para público externo si fuera necesario.
 2. Cartelera en bodega, comunica y refuerza información para el equipo técnico y de ejecución, entre ellos, transporte, supervisores de construcción, herrería, electricidad entre otros.



Grupos de whatsapp creados y utilizados para comunicar y reforzar la información de la constructora internamente, acorde a su entorno laboral.



Cartelera ubicada en bodega, el jefe de bodega expone listados para entrega de materiales y rutas asignadas a los transportistas o información para las demás áreas técnicas de la constructora.



Cartelera ubicada en recepción de las oficinas centrales de la constructora, la cual se encuentra a la vista de todo el personal y de clientes en general que visitan las instalaciones.

Estrategia:

Crear material informativo y actividades que promuevan identidad corporativa.

Objetivo comunicacional:

Promover la misión visión y objetivo de la constructora para que los empleados se identifiquen con la empresa y se refuerce la imagen corporativa internamente.

Descripción:

Creación de material informativo con la misión, visión y objetivo de la constructora tales como: manta vinílica, cuadro PVC, placas para identificación de cada oficina y trifoliales con la misma información incluyendo una breve reseña histórica de la empresa.

Acciones desarrolladas

- Elaboración de manta vinílica y cuadro PVC.
 1. Manta vinílica colocada en bodega, instalada frente a la entrada principal para que pueda estar a la vista de todo el personal de la empresa incluyendo a los clientes o público en general. Esto les permite a los empleados tener un recordatorio de la esencia de la constructora y lo que pretende alcanzar, les motiva a identificarse como parte de la misma.
 2. Cuadro PVC, instalada en la recepción de las oficinas centrales el cual puede ser visualizado por los empleados y público en general, este promueve la imagen corporativa.
 3. Placas y cuadro PVC, para identificar cada una de las oficinas y orientar al público en general que visita y requiera los servicios de la constructora, lo cual también refuerza la imagen corporativa.

- Elaboración de trifoliales

1. Se elaboraron trifoliales promoviendo la misión, visión y objetivo de la empresa, incluyendo una reseña histórica y los servicios que hasta hoy brinda la constructora. Estos se entregaron personalmente a los empleados de los diferentes departamentos de la empresa para continuar con el proceso de promover y motivar la imagen corporativa internamente, además quedó material disponible para clientes que visitan las instalaciones de la constructora en busca de sus servicios.

- Charlas Motivacionales

Se impartieron 3 charlas motivacionales las cuales fueron impartidas en un salón perteneciente al gerente a cercanías de la empresa.

1. Primera charla, tema "Comunicación y "Productividad" en esta charla se motivó al personal que labora en la constructora a ser personas productivas, y se les expuso la importancia de una buena comunicación para realizar trabajo en equipo, como individualmente y así mismo se promovió el conocimiento de la misión, visión y objetivo de la empresa para ir en una misma dirección.
2. Segunda charla, tema "Valores y Principios Empresariales" en esta segunda charla se expusieron valores y principios que se manejan internamente en la constructora, con el objetivo de darlos a conocer y promoverlos con los empleados ya que desconocían del tema.
3. Tercera charla, "Buenas Relaciones Interpersonales" en esta última charla se unificaron todos los temas para concluir y motivar a todos los empleados a mantener un ambiente laboral positivo, productivo y mejorar los resultados del trabajo en equipo.



Colocación de manta vinílica y cuadro PVC con concepto de misión, visión y objetivo de la empresa, con colaboración del Gerente Administrativo y el Jefe de Bodega.



Colocación del cuadro PVC y placas para la identificación de los diferentes departamentos de las oficinas centrales de la constructora, con la colaboración del Gerente Administrativo y Jefe de Bodega.



Colocación del cuadro PVC y placas para la identificación de los diferentes departamentos de las oficinas centrales de la constructora, con la colaboración del Gerente Administrativo y Jefe de Bodega.



Lado 1, con logo de la empresa y de EPS, ubicación y contactos de la constructora.



Lado 2, reseña histórica, misión, visión, objetivo y servicios.



Entrega de trifoliales al personal administrativo y técnico de la constructora, con la colaboración de Yovany González supervisor de obras en ejecución.



Charla 1, impartida a los empleados de la constructora por el Lic. Alejandro Catalán y Elizabeth Barahona Epesista Con colaboración del Gerente General Lic. Edi Marroquín.



Charla 2, impartida por el Lic. Alejandro Catalán y dinámica realizada con los empleados de la constructora con la colaboración de la epesista Elizabeth Barahona.



Charla 3, impartida por el Lic. Alejandro Catalán con la colaboración de la epesista Elizabeth Barahona y el Gerente General Lic. Edi Marroquín.

3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

A continuación, se presenta un cronograma que presenta el desarrollo del Plan de comunicación.

Número	Mes del año	Mayo			Junio				Julio					Agosto	
	Semana	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2
	Actividad														
1	Inicio de EPS														
2	Implementación del uso de los grupos de whatsapp.														
3	Colocación e implementación del uso de carteleras														
4	Elaboración y colocación del material visual corporativo.														
5	Elaboración y repartición de trifoliales.														
6	Charlas Motivacionales														
7	Asesoría para elaboración de informe final.														
8	Elaboración de informe final														
9	Entrega informe														

Fuente: propia elaborado con base al comunicacional en ejecución.

3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO

Estrategia	Reforzar los canales de comunicación interna de la Constructora y Multiservicios Jireh.	
Objetivo	Indicadores Cuantitativos	Indicadores Cualitativos
Se reforzó la comunicación interna de la constructora mediante la ejecución del Ejercicio Profesional Supervisado.	En ambos grupos de whatsapp, el 100 % de los trabajadores utilizan este vía para comunicarse con jefes de departamento y gerencia.	Los grupos de whatsapp permite a los empleados de la constructora mantener una comunicación constante, activa y reforzada, además disminuye las barreras comunicacionales.

Estrategia	Reforzar los canales de comunicación interna de la Constructora y Multiservicios Jireh.	
Objetivo	Indicadores Cuantitativos	Indicadores Cualitativos
Se adquirieron y colocaron carteleras informativas en las dos instalaciones principales de la Constructora, para que sean visibles para todo el personal y poder reforzar información relevante para el personal.	La información expuesta en las carteleras fueron visualizadas por el 100 por ciento de los empleados en cada una de sus áreas (administrativa y técnica)	La colocación de estas carteleras mantienen información fija sobre temas o instrucciones laborales que corresponde a los empleados del área administrativa y Técnica manteniéndose comunicados y al corriente de lo que ocurre en la empresa

Estrategia	Crear material informativo, visual y actividades que promuevan identidad corporativa.	
Objetivo	Indicadores Cuantitativos	Indicadores Cualitativos
Se promovió la misión, visión y objetivo de la empresa para reforzar la imagen corporativa internamente.	La manta y cuadros PVC fueron vistos por el 100% de los empleados de la constructora.	Al colocar la manta y cuadros en puntos estratégicos dentro de las instalaciones de la constructora, estos son visualizados constantemente y refuerzan la imagen corporativa con sus empleados.

Estrategia	Crear material informativo, visual y actividades que promuevan identidad corporativa.	
Objetivo	Indicadores Cuantitativos	Indicadores Cualitativos
Se elaboraron y Colocaron placas para la identificación de las diferentes áreas y ambientes de la constructora.	La constructora fue identificada al 100% en todos sus ambientes o espacios laborales.	La identificación de las instalaciones permite a los empleados y público en general la fácil ubicación de los departamentos que funcionan en la constructora.

Estrategia	Crear material informativo, visual y actividades que promuevan identidad corporativa.	
Objetivo	Indicadores Cuantitativos	Indicadores Cualitativos
Se elaboraron trifoliales para continuar reforzando y promoviendo la identidad corporativa.	Se entregó al 100% de los empleados un trifoliar el cual fue entregado personalmente para verificar que fueran leídos.	La elaboración y entrega personal de estos trifoliales permiten reforzar internamente la identidad corporativa.

Estrategia	Crear material informativo, visual y actividades que promuevan identidad corporativa.	
Objetivo	Indicadores Cuantitativos	Indicadores Cualitativos
Se llevaron a cabo una serie de charlas motivacionales para reforzar la identidad corporativa.	A cada una de las charlas asistieron y participaron el 100% de los empleados	Las charlas motivacionales motivaron a los empleados a trabajar con mejor actitud y sentirse parte de la empresa.

CONCLUSIONES

- La implementación de grupos sociales vía WhatsApp como herramienta de comunicación interna en la empresa, ha motivado a que los empleados en general se comuniquen con más frecuencia con los jefes de departamento o supervisores de áreas evitando que se pierda la información y confusiones por mala percepción de mensajes.
- El uso adecuado y constante de herramientas de comunicación permite claridad, eficiencia y buenos resultados en funciones laborales.
- Los materiales visuales reforzaron visiblemente la imagen corporativa de la constructora interna y externamente, brindó un ambiente formal y cercanía con sus empleados al momento de conocer información importante de la empresa.
- Las charlas motivacionales ejecutadas dentro del Ejercicio Profesional Supervisado, motivaron a los empleados a tener una mejor actitud en el ejercicio de sus labores, a tener confianza al comunicarse con su jefe inmediato y gerente de la empresa.
- Fortalecer las condiciones laborales y manejar buenas relaciones laborales da paso a buenos trabajadores, que ponen en práctica los valores y principios de la empresa para trabajar en equipo y obtener buenos resultados.

RECOMENDACIONES

- Mantenerse a la vanguardia con nuevas herramientas de comunicación que puedan ser accesibles para el personal y lograr mantener una comunicación asertiva. De la misma manera seguir motivando la comunicación por medio de los grupos de whatsapp que fueron creados para la empresa donde pueden compartir información motivacional para sus empleados y aprovechar al máximo las herramientas.
- Mantener la continuidad del reforzamiento de las herramientas comunicacionales con las que cuenta la empresa implementando nuevos usos y temáticas en beneficio de la misma y de su personal en general.
- Reforzar y actualizar periódicamente la imagen corporativa e involucrar a los empleados para que sean parte de los cambios positivos que puedan surgir.
- Darles continuidad a talleres, charlas y todo tipo de actividad recreativa y motivacional que promueva en los empleados resultados positivos entorno a su ambiente laboral y donde además se reconozca el valor individual que posee dentro de la empresa.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

1. **Afianzar:** dar firmeza o solidez a algo dicho o especificado.
2. **Acción:** indica que una persona, animal o cosa (material o inmaterial) está haciendo algo, está actuando (de manera voluntaria o involuntaria, de pensamiento, palabra u obra), lo que normalmente implica movimiento o cambio de estado o situación y afecta o influye en una persona, animal o cosa.
3. **Ámbito:** Lugar o espacio que posee límites determinados, basados en cuestiones, problemas de varias actividades o temas relacionados entre sí.
4. **Amenaza:** Cosa o persona que constituye una posible causa de riesgo o perjuicio para alguien o algo.
5. **Antecedentes:** circunstancias o acciones que sirven como referentes para entender un hecho posterior.
6. **Asertivo:** Adjetivo que expresa afirmación.
7. **Canal:** Medio que se utiliza para transmitir información o datos entre emisor y receptor.
8. **Continuidad:** Continuación de lo que se había empezado o ya existía, o permanencia en un estado o situación.
9. **Cronograma:** Representación gráfica de un calendario de trabajo o actividades.
10. **Diagnóstico:** Examen de una cosa, de un hecho o de una situación para realizar un análisis o para buscar una solución a sus problemas o dificultades.

11. **Efectiva:** Resultado verdadero y válido que se espera de una acción.
12. **Eficiente:** Adjetivo que hace referencia a realizar un trabajo o función adecuadamente.
13. **Enfoque:** forma de ver las cosas o ideas.
14. **Estrategia:** Serie de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado.
15. **EPS:** Ejercicio de práctica supervisada.
16. **Factible:** Adjetivo que hace referencia a que una acción puede ser hecha o que es fácil de hacer.
17. **Fortaleza:** Dependiendo del contexto, es la fuerza que se posee para afrontar a adversidades o dificultades.
18. **Imagen Corporativa:** Son los valores y filosofía de la empresa.
19. **Indagar:** Verbo transitivo, tratar de llegar al conocimiento de una cosa reflexionando sobre ella. Intentar averiguar algo discuriendo o con preguntas.
20. **Integración:** Acción de unir, incorporar o entrelazar partes para que formen un todo.
21. **Misión:** Motivo o finalidad el cual pretende cumplir una empresa.
22. **Oportunidad:** Circunstancia que brinda una posibilidad de lograr mejoras.
23. **Plan:** Proyecto sistemático que antecede una acción y la dirigirá.
24. **Sinopsis:** Resumen escrito o gráfico presentado de forma breve y general de un tema, libro o materia.

25. Unificar: Hacer que varias cosas o personas distintas formen un todo o contribuyan a una causa común.

26. Vanguardia: Ir a la delantera ante las tendencias ideológicas, políticas, literarias, artísticas, etc., o anticiparse ante las mismas.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarado, Aída y Bracamonte, Aroldo. (2013). *Selección de Textos para el Curso de Metodología de la Investigación I*. Guatemala, Universidad de San Carlos de Guatemala. P. 200, 204
- Behar Rivero Daniel Salomón. (2008). *Metodología de la Investigación: Introducción a la Metodología de la Investigación*. Editorial Shalom. p. 39.
- Piloña Gabriel Algreso. (2012). *Guía Práctica sobre Métodos y Técnicas de Investigación Documental y de Campo*. Guatemala, Cp. Editores. P 40,89
- Mérida César Robledo. (2008) *Técnicas y Proceso de Investigación Científica*. Impresos Comerciales Impreco.
- Hernández Sampieri Roberto, Fernández Carlos & Baptista Pilar. (2014). *Metodología De la Investigación, sexta edición*. México.

E GRAFÍA

- Palmeros, Edwin ,(2013), Técnicas e Instrumentos de investigación, (Fecha de consulta: enero 2019) Disponible en: <https://es.scribd.com/books/77185549/Tecnicas-e-Instrumentos-de-Investigacion>
- Echeverría, Luis, (2017), Estructura Organizacional, Comunicación Organizacional. (Fecha de consulta: julio de 2019) Disponible en: http://biblioteca.usac.edu.gt/EPS/16/16_0440.pdf
- Carriotti, Paul,(1999), La Imagen Corporativa,(Fecha de consulta: marzo de 2019) Disponible en: https://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/capriotti_la_imagen_corporativa.pdf
- Diccionario de la Real Academia Española (Fecha de consulta: julio de 2019). Disponible en: <https://dle.rae.es/?id=IH5KG1g>
- Nich R, Diana Lorena,(2018), Análisis de la comunicación interna y el clima Laboral,(Fecha de consulta: marzo de 2019) Disponible en: http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_1643.pdf

ANEXOS



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2019



Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Ruth Elizabeth Barahona Mayen
No. Carné y DPI: 200416818/ 1849 82774 0101
Jefe o Encargado (a): Marvin Rodríguez / Jefe Administrativo
Institución o Empresa: Constructora y Multiservicios JIREH
Supervisor de EPSL: M.A. Evelin Hernandez

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 13 / Al: 17	Mayo	2	8	8	8	8	0	34hrs.
2	Del: 20 / Al: 24	Mayo	8	8	8	8	8	8	48 hrs.
3	Del: 27 / Al: 31	Mayo	8	8	8	8	8	0	40 hrs.
4	Del: 03 / Al: 07	Junio	8	8	8	8	8	0	40 hrs.
5	Del: 10 / Al: 14	Junio	8	8	8	8	8	8	48 hrs.
6	Del: 18 / Al: 21	Junio	0	8	8	8	8	0	32 hrs.
7	Del: 24 / Al: 28	Junio	4	8	8	8	8	0	36 hrs.
8	Del: 02 / Al: 05	Julio	0	8	8	8	8	0	32 hrs.
9	Del: 08 / Al: 12	Julio	4	4	4	4	4	0	20 hrs.
10	Del: 22	Julio	3	0	0	0	0	0	03 hrs.
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									333 hrs

(f)
 Marvin Rodríguez - Encargado de EPSL

(f)
 M.A. Evelin Hernandez - Supervisor EPSL



Ficha de control de horas cumplidas de Práctica Profesional Supervisada, proporcionada por el supervisor de EPSL, firmada y sellada por el responsable de la constructora.

Transcripción completa de las entrevistas.



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2019

Guía de entrevista para el Gerente.

1. ¿Cómo surgió la idea de fundar la empresa?

Cuando se encontraba estudiando en la universidad, tuve la necesidad propia de compartir con personas que no tenían vivienda y nos unimos varios grupos para poder trabajar y ayudar a los asentamientos humanos, luego trabajamos en la creación de la ley de vivienda 120-96 hasta presentarla en el congreso y posteriormente fue aprobada. Ahí fue cuando surgió la idea de la empresa logrando incidir en el embalaje de construcción y generamos más trabajo.

2. ¿Dónde se ubicaba en sus inicios?

Inicié en mi casa, la sala de mi casa.

3. ¿Qué significa Jireh?

Yo tuve un negocio antes y le puse Ebenezer que fue un negocio de antesala para la empresa, pero vi necesario cambiarle nombre y le pusimos Jireh significa "Dios con nosotros" porque creemos que Dios nos ha dado trabajo toda la vida y es una fe que tenemos.

4. ¿Con cuántos trabajadores inició?

Iniciamos tres personas Felipe Cú, quien se encargaba del área técnica, mi esposa de supervisiones y yo que buscaba los proyectos.

5. ¿Qué medios de comunicación utilizan para informar a sus empleados?

Bueno, mantenemos una reunión semanal, lunes de 7 a 9 de la mañana para hablar no solo de motivación, enseñanza e información de los trabajos y luego el medio escrito, si hay alguna situación que hacer por medio de la señorita Kenia que es la responsable de coordinar el trabajo ella nos difunde la información escrita o por llamadas

6. ¿Cuándo usted está ausente a quién delega para transmitir información?

Esta Brener Marroquín que es mi hijo, segundo está Kenia López

7. ¿Les comunica la agenda de labores a sus empleados?

Sí, cada lunes, porque manejamos transportes, construcción y proyectos fuera, entonces no podemos generar información diaria a menos que sea local. Nuestro trabajo es más que todo en el interior del país y se delega cada principio de semana y la siguiente semana se reciben avances.

8. ¿Tiene establecido un reglamento interno, cómo lo comunica?

Buena, el reglamento interno más que todo son las normas orales que hemos puesto y como empresa las legales, asistencia, permanencia, respeto, principios de obediencia

9. ¿De qué formas les ha comunicado a sus empleados la visión, misión y objetivos?

Cuando se tienen las reuniones, los días lunes.

10. ¿Cómo motivan a los empleados para mejorar su rendimiento laboral, relaciones interpersonales e identidad con la empresa?

Normalmente lo hacemos los días lunes, incluso la motivación para que puedan emprender sus propios negocios o empresas. Manejamos tres principios el respeto, la obediencia y la responsabilidad. Con el respeto motivamos la cohesión, el respeto entre ellos, el aprecio. Estoy impartiendo un tema de la parcialidad basado en Santiago 2 para que todos nos tratemos bien.

11. ¿Quiénes son los jefes inmediatos de cada departamento?

Brener que sería el Gerente de la empresa, Marvin Rodríguez de administrativo y contratos, Marisol de Contabilidad, Kenia de Recursos Humanos, Edgar Hernández de bodega, Transporte Samuel Ramos, Arquitecta Esperanza del área técnica y los demás son supervisores.

12. ¿Cómo considera la funcionalidad de la comunicación interna de la empresa?

Lo he visto, lo he hecho de manera personal y directa por medio de mi persona, creo que es la mejor comunicación y cualquier situación que se da lo llamé a la oficina y lo platicamos.



Guía de entrevista para el Sub Gerente.

1. **¿Qué medios de comunicación se utilizan para informar a los empleados?**

Se utiliza Circulares, Whatsapp, Llamadas Telefónicas y algunos otros como correos electrónicos.

2. **¿Cuándo usted está ausente a quién se delega para transmitir información?**

Regularmente se le delega a la secretaria de Gerencia para que sea ella quien notifique o bien informe de las nuevas decisiones y estar en contacto frecuentemente para que las cosas delegadas se estén cumpliendo.



3. **¿De qué manera se les comunica la agenda de labores a sus empleados?**

Ellos se presentan diariamente a secretaria para saber cuáles son sus labores diarias y se distribuyen sus rutas.

4. **¿Cuál es el reglamento interno de la empresa, como se ha comunicado?**

Reglamento en si no existe nada por escrito, pero al momento de contratarlos se les expone con detalle las responsabilidades que tiene que ejecutar a cabalidad y lo que se le exige al momento de ser parte de la empresa.

5. **¿De qué formas se les ha comunicado a los empleados la visión, misión y objetivos?**

Cada lunes en las reuniones se les trata de recordar y hacerles ver que cada uno de esos puntos

6. ¿Cómo motivan a los empleados para mejorar su rendimiento laboral, relaciones interpersonales e identidad con la empresa?

Realizando actividades en la que ellos puedan compartir y pasar un momento entre compañeros, desayunos, capacitaciones, que a la verdad no son tan seguidas, el fin de esto se hace para que traten de tener mejores relaciones y mayor comunicación entre ellos.

7. ¿Quiénes son los jefes inmediatos de cada departamento?

De cada departamento que estén nombrados no hay nada por escrito pero cada departamento tiene una persona responsable que vele y responda por su área.

8. ¿Cómo considera la funcionalidad de la comunicación interna de la empresa?

Es muy Complicada hay mucha indiferencia entre todos.

Modelo de encuesta.



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2019

Para responder la siguiente encuesta, marque con una X la opción que elija.

1. Sexo:
Femenino: _____ Masculino: _____

2. ¿Qué tipos de comunicación utilizan dentro de la empresa para comunicarle instrucciones de trabajo?
Circulares: _____
Correos electrónicos: _____
Reuniones presenciales: _____
Otros: _____

3. ¿Cómo califica los mensajes que recibe cuando le comunican instrucciones de trabajo?
Claro: _____
Dudoso: _____
Confuso: _____

4. ¿Quién le comunica instrucciones, información sobre actividades o mensajes en general de la empresa?
Gerente General _____
Director administrativo _____
Persona delegada _____

5. ¿Las personas que le comunican instrucciones, información sobre actividades o mensajes en general de la empresa le hablan claro, puntual y respetuosamente?

Siempre: _____

En ocasiones: _____

Nunca: _____

6. ¿Tiene conocimiento sobre la agenda de labores o funciones que debe cumplir para la empresa?

Siempre: _____

En ocasiones: _____

Nunca: _____

7. ¿Con qué temporalidad le comunican las actividades o funciones de la empresa?

Diarias: _____

Semanales: _____

Mensuales: _____

No existe una temporalidad establecida: _____

8. ¿tiene conocimiento del reglamento interno de la empresa?

Si: _____

No: _____

Si su respuesta fue sí, escriba las que recuerda: _____



9. **¿Conoce la historia de cómo se creó la empresa en la que labora?**

sí: _____

No: _____

Si su respuesta fue sí, escriba la parte que recuerda: _____

10. **¿Conoce la visión, misión y los objetivos de la empresa en la que labora?**

sí: _____

No: _____

Si su respuesta es sí, escriba lo que sabe: _____

11. **¿Qué actividades se realizan en la empresa para motivarlo y para que usted se sienta identificado con ella, mejorar relaciones interpersonales y realizar un trabajo efectivo?**

Talleres: _____

Charlas Motivacionales: _____

Otras: _____ Especifique: _____

12. ¿En una reunión de trabajo se siente con la libertad de comunicar sus puntos de vista, opiniones o sugerencias para la empresa?

Siempre: _____

En ocasiones: _____

Evito participar: _____

13. ¿Sabe quién es su jefe inmediato?

sí: _____

No: _____

Si tu respuesta fue sí, escriba el nombre: _____

14. ¿Cómo considera la comunicación interna de la empresa en la cual labora?

Buena: _____

Regular: _____

Mala: _____

15. ¿Sabe usted cuál es la función de un Departamento de Comunicación en una empresa?

sí: _____

No: _____

Si su respuesta fue sí, escriba las que sabe _____

Matriz o vaciado de las encuestas

Preguntas por numeración															
No. De boleta	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15
1	b	c	a	a	b	a	b	b	b	b	b	b	a	b	a
2	b	c	b	a	b	b	b	b	b	b	b	b	a	b	b
3	b	d	b	b	b	b	b	b	b	a	b	c	b	b	b
4	b	d	b	c	b	c	b	b	b	b	b	b	a	b	a
5	b	c	b	b	b	b	b	b	b	b	b	b	a	b	b
6	b	c	b	a	b	b	b	b	b	a	b	b	a	c	b
7	b	c	b	c	a	b	b	b	b	a	b	c	a	b	b
8	b	c	b	c	b	b	b	b	b	a	b	c	b	b	b
9	b	c	b	c	b	a	b	b	b	b	b	a	a	a	b
10	b	a	a	c	b	b	b	b	b	a	b	b	a	b	b
11	a	d	b	c	a	b	b	b	b	a	b	b	b	b	b
12	b	c	b	a	c	b	b	b	b	a	b	a	b	c	b
13	b	d	a	c	a	b	b	b	a	b	b	a	a	b	a
14	b	c	a	a	a	c	a	a	b	b	b	c	b	b	b
15	b	c	c	c	a	b	c	b	b	a	b	b	a	b	b
16	b	c	b	a	a	b	b	b	a	a	b	a	b	b	b
17	b	b	b	a	a	b	b	a	b	a	b	c	a	b	b
18	b	c	a	c	a	b	b	a	b	a	b	c	a	b	b
19	b	d	c	c	b	b	a	a	a	a	b	b	a	c	b
20	b	d	a	c	a	b	a	a	b	a	b	a	a	b	b
21	a	d	b	c	b	a	d	a	b	a	b	c	b	c	b
22	b	d	b	c	b	b	b	b	a	b	b	b	a	b	b
23	b	d	b	a	a	a	c	b	a	b	b	b	a	b	b
24	a	d	a	c	a	a	a	a	a	a	b	b	a	a	a
25	a	d	a	c	b	a	b	a	a	a	b	b	a	b	a
26	b	d	c	c	b	b	b	a	b	a	b	b	a	b	b
27	b	d	a	a	a	b	c	b	b	b	b	c	a	b	b
28	a	c	c	a	b	b	b	b	a	b	b	c	a	c	a
29	b	d	b	c	b	b	d	b	a	b	b	a	a	b	b
30	b	c	a	c	b	b	a	b	a	b	b	b	a	b	b
31	b	d	b	a	a	b	b	b	a	a	a	b	a	b	a
32	a	d	b	a	b	b	c	b	b	b	b	b	a	c	b
33	a	d	a	a	b	c	b	b	a	b	b	b	a	c	b
34	b	d	a	a	a	b	a	a	a	b	b	b	a	b	b
35	b	d	c	c	b	b	b	b	b	a	b	b	a	b	a

Cotización del capacitador para charlar motivacionales.

MÉTODO DE TRABAJO

El curso se desarrolla con un modelo de educación de adultos, en el que los participantes construyen su aprendizaje a partir de su experiencia y la participación en el curso. Este método implica que la mayor parte del tiempo, se hacen actividades en forma individual, en parejas y en grupos pequeños para que los asistentes integren su aprendizaje a partir de su participación en el curso: "aprender haciendo," es el enfoque del taller.

En el curso se utilizan exposiciones teóricas breves, cuestionarios de autodiagnóstico, ejercicios prácticos y casos que implican, entre otros recursos didácticos. Un punto relevante que hay que señalar es que, como consecuencia del método de trabajo, los participantes logran altos niveles de auto-conocimiento, motivación, confianza y compromiso interpersonal con el grupo de trabajo.

En congruencia con el método de trabajo y el enfoque didáctico, el curso es presencial y se requiere que el **tamaño del grupo sea de máximo 10 participantes** y exige una interacción humana activa, pero respetuosa, entre los participantes como medio para propiciar la adquisición de conocimientos, el auto desarrollo, la práctica de habilidades y la exposición y experimentación con pautas de comportamiento sustentadas en nuevas actitudes hacia los otros en el trabajo.

RESUMEN Y COTIZACIÓN

Nuestra oferta se enmarca dentro de estas exigencias:

Número de horas pedagógicas: 8 horas.

Número de participantes: 10-16

Días de ejecución: a definir, preliminarmente sábados en un horario que sea consensuado con el cliente.

Total, días de clases: se propone jornadas de 2 horas por día, lo que da un total de 4 días de capacitación.

Fecha de inicio: a definir con el cliente.

VALOR POR HORA/ALUMNO: Q300

VALOR POR PARTICIPANTE: Q300.

VALOR TOTAL DE LA ACTIVIDAD: Q3,000.00 (x10)

Atentamente.

~~Mgr.~~ ~~Byron Ramirez~~
Coordinador de Capacitación

Cotización del capacitador para charlas motivacionales.

Cotización 0036	Empresa Constructora y Multiservicios Jreh	Guatemala 09/04/2019
-----------------	--------------------------------------------	----------------------



- PROYECTO: (MANTAS)
- MEDIDA(S): (100 X 150)

DESCRIPCION	Medida(s)	Unidad(s)	Precio x Unidad	Total
MANTA VINILICA IMPRESIÓN ESTANDAR FULL COLOR	100 X 150	3	Q 43.50	Q 130.50
TIEMPO DE ENTREGA: 1 días hábiles.			TOTAL:	Q 130.50

INSTALACION: Nuestros materiales a utilizar son de alto estándar para dar una mayor garantía al producto. Art. Douglas Etc.



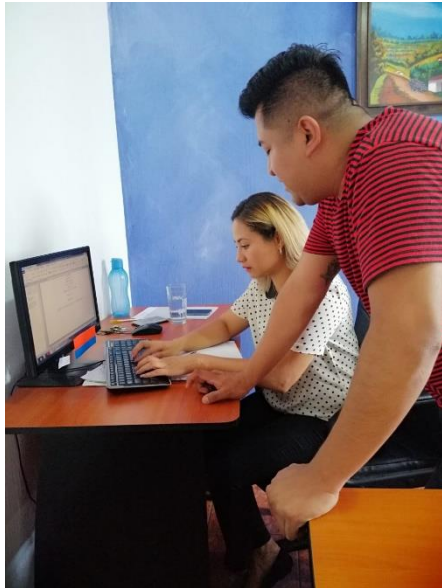
ART DECO
 Calle San Juan 14-40 Zona 3 de Marco
 Tel: (+502) 2434-1115 / 2432-5677
 artdecomex@mantavinilica.com

Trabajamos con 60% de Anticipo

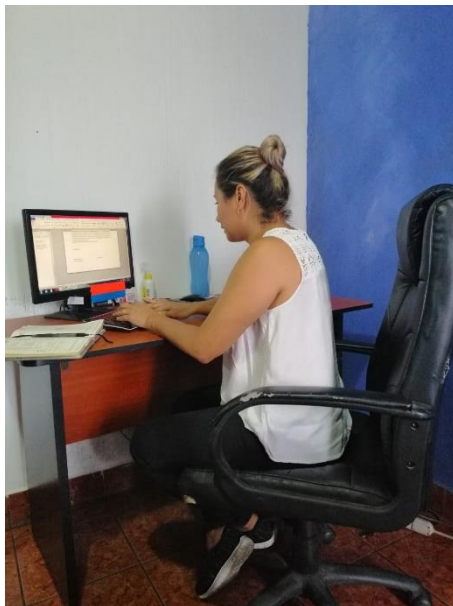
Cotización de viniles con impresión de misión, visión y objetivos de la Constructora.



Día de asesoría recibida en proceso de redacción del plan de comunicación por la Licenciada Evelin Hernández en las oficinas de EPS.



Ejecución del plan de trabajo en el área física establecida para oficinas del departamento de ejecución con la colaboración del Gerente Administrativo de la constructora.



Trabajo de sondeo, de la ejecución del plan de comunicación.



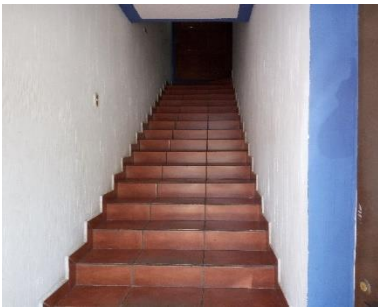
Fotografía capturada al terminar la actividad grupal, realizada al culminar la tercera charla motivacional en salón perteneciente al Gerente General y dueño de la constructora.



Fotografías de actividades grupales y recreativas realizadas como incentivos de las charlas motivacionales.



Instalaciones de la constructora Jireh en el desarrollo del diagnóstico.
Fachada y ubicación de las oficinas administrativas de Constructora y Multiservicios Jireh.



Ingreso principal para las oficinas administrativas.



Área de recepción y Departamento técnico de Proyectos.



Oficina del Departamento Financiero.



Corredor del primer donde se ubican los departamentos de contabilidad, financiero y oficina en remodelación de Gerencia, también se muestran las gradas de ingreso hacia el tercer nivel.



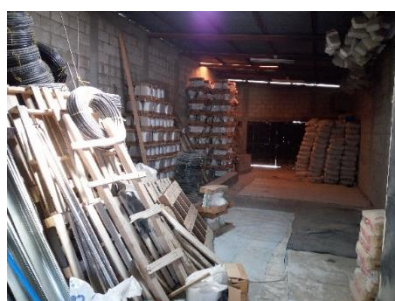
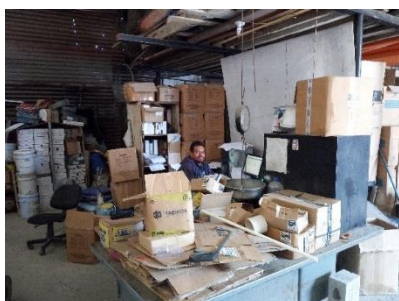
Pasillo del tercer Nivel, donde actualmente se ubican las oficinas del Gerencia y Subgerencia. Oficina de Subgerencia administrativa.



Oficina del Subgerente Administrativo, ubicada en el tercer nivel al fondo del pasillo.



Instalaciones de Bodega y Distribución de Materiales de la Constructora.



Instalaciones internas de bodega y distribución de materiales.