

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



**“PLAN COMUNICACIONAL DE IDENTIDAD Y FIDELIZACIÓN
CORPORATIVA EN LA UNIDAD DE PLÁSTICOS DE LA CORPORACIÓN
DISAGRO”**

Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

SUSANA MARIZOL CABRERA MISA

CARNÉ: 200118384

Previo a portar el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, Agosto de 2019

Consejo Directivo:

Director:

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes:

M.A Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trujillo

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. Josue Othoniel Andrade de la Cruz

Licda. Krista María Ramírez Nájera

Guatemala, 12 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 Susana Marizol Cabrera Misa, con número de carné: 200118384 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: Departamento de Recursos Humanos, cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica, comprendidas del 01 de febrero al 31 de Julio del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: "Plan comunicacional de identidad y fidelización Corporativa", entregando el material respectivo y debidamente recibido por: Sacos Agroindustriales, 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,


Ing. Roberto Castellanos
Gerente de Recursos Humanos



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



Guatemala, 22 de octubre de 2019

Estudiante
Susana Marizol Cabrera Misa
Carné: 200118384
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: **“PLAN COMUNICACIONAL DE IDENTIDAD Y FIDELIZACIÓN CORPORATIVA EN LA UNIDAD DE PLÁSTICOS DE LA CORPORACIÓN DISAGRO”** 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”

Licda. Krista Ramirez
Supervisor EPS de Licenciatura



Lic. Luis Pedroza
Coordinador EPS de Licenciatura

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

DEDICATORIA

- A DIOS:** Por todo, absolutamente todo, si Él nada soy y nada tengo
- A MIS PADRES:** Albertino Cabrera y María de Cabrera, por ser mis guías, mi ejemplo y mi motivación para lograr cada objetivo propuesto; por hacer de mí una ciudadana productiva y respetable; una profesional comprometida y responsable, por su amor incondicional.
- A MIS HERMANOS:** Por las enseñanzas que a través de sus experiencias llegaron a mi; por su apoyo incondicional y por motivarme siempre a superar todas las expectativas.
- A MIS AMIGAS Y AMIGOS:** Por su sincera amistad, por ser y estar; por su apoyo incondicional y por ser parte importante en mi vida.
- A MI FAMILIA:** A mis sobrinos especialmente, por su inocencia, por todo lo que aprendo de cada uno de ustedes, y por todos y cada uno de los momentos que están en mi vida. Son una motivación para este y cada uno de los objetivos que me propongo.

AGRADECIMIENTOS

A la **UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**, mi alma mater, mi casa de estudios, donde he forjado mi conocimiento académico.

A la **ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**, a todos los docentes que compartieron sus conocimientos con paciencia y dedicación.

A **MSc SERGIO MORATAYA**, agradecimiento por su gestión en la Escuela de Ciencias de la Comunicación y por abrirnos puertas para forjarnos como profesionales en una era tecnológica.

A **M.A. Luis Pedroza gracias por el conocimiento**, el apoyo y la dedicación que pone a la Coordinación del EPS

A **LICDA. KRISTA MORALES**, por su incondicional y desinteresado apoyo y asesoría en la elaboración de este documento, gracias enormes.

A **SACOS AGROINDUSTRIALES**, por abrirme las puertas para mi desarrollo profesional y también para mi crecimiento académico, por permitirme realizar este proyecto con ustedes.

A **TODO EL PERSONA DEL RECURSOS HUMANOS DE SACOS AGROINDUSTRIALES**, por su constante apoyo y facilitación de información y herramientas para la ejecución de este proyecto.

ÍNDICE

Resumen	I
Introducción	III
Justificación.....	V
CAPÍTULO I	1
1. Diagnóstico	1
1.1 Objetivos del diagnóstico	1
1.1.1 Objetivo general.....	1
1.1.2. Objetivos específicos del diagnóstico	1
1.2. Institución – Sacos Agroindustriales, S. A.	1
1.2.1. Ubicación geográfica	1
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas.....	2
1.2.3. Origen e historia de Sacos Agroindustriales	2
1.2.4. Departamento o dependencias de la Institución:.....	4
1.2.5. Misión	5
1.2.6. Visión	5
1.2.7. Objetivos Institucionales.....	5
1.2.8. Público objetivo	6
1.2.9 Organigrama	6
1.3. Metodología.....	7
1.3.1. Descripción del Método.....	7
1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección	9
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico	10
1.4. Recopilación de datos	11
1.4.1. Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas	Error!
Bookmark not defined.	
1.5. Radiografía de la institución:	14
1.5.1. Fortalezas:	14

1.5.2. Oportunidades:	15
1.5.3. Debilidades:.....	15
1.5.4. Amenazas:	16
CAPÍTULO II.....	17
2. Plan de Comunicación:	17
2.1. Antecedentes Comunicacionales:	17
2.2. Objetivos de Comunicación:.....	18
2.2.1. Objetivo General	18
2.2.2. Objetivos Específicos	18
2.3. Público Objetivo	19
2.4. Mensaje.....	19
2.5. Estrategia.....	20
2.6. Acciones de Comunicación	21
CAPÍTULO III	29
3. INFORME DE EJECUCIÓN.....	29
3.1. Proyecto Desarrollado	29
3.1.1. Financiamiento:	29
3.1.2. Presupuesto:	29
3.1.3. Beneficiarios:.....	30
3.1.4. Recursos Humanos:	30
3.1.5. Área geográfica de Acción:	31
3.2. Estrategia y Acciones Desarrolladas:	31
3.3. Cronograma de Actividades	36
3.4. Control y seguimiento	36
Conclusiones.....	38
Recomendaciones.....	39
Glorario de Términos.....	40
BIBLIOGRAFÍA	43
E GRAFÍA.....	44

Resumen

- **Nombre de la Institución:**

Sacos Agroindustriales, S. A.

- **Nombre del Proyecto:**

“Plan de Comunicacional de identidad y fidelización corporativa en la Unidad de Plásticos de la Corporación Disagro”

- **Objetivos del Proyecto:**

General:

Fortalecer la comunicación, identidad y fidelización de los empleados administrativos y operativos de la Unidad de Plásticos hacia la Corporación Disagro.

Específicos:

- Identificar los puntos de mejora en la orientación de personal con antigüedad y de nuevo ingreso, para la identidad y fidelización hacia la Corporación.
- Unificación e institucionalización de procesos y políticas.
- Modificación de material de capacitación para personal de nuevo ingreso, en función de respuesta a su unidad directa y hacia el Corporativo.
- Creación de herramientas que permitan un seguimiento a la propuesta planteada.
- Creación de incentivos para motivar al personal a pertenecer al grupo de capacitadores para personal de nuevo ingreso.

- Creación de material impreso con la finalidad de transmitir información constante y oportuna sobre noticias relevantes de Sacos Agroindustriales, así como de la Corporación.

Sinopsis:

La realización y ejecución del Plan de Comunicacional con los empleados de la Unidad de Plásticos de la Corporación Disagro, se realiza generando propuestas de comunicación y estrategias que promoverán la identificación y fidelización hacia una marca, más allá de la que actualmente el empleado reconoce como empleadora; con la finalidad de generar identificación y fidelización hacia el Corporativo al que se reporta y los reglamentos, políticas y procesos que lo rigen y que en adelante regirán también la unidad.

Introducción

El diagnóstico realizado en la Unidad de Plásticos, Sacos Agroindustriales de Corporación Disagro, utilizando diferentes técnicas de investigación y metodologías, principalmente herramientas cualitativas, ha permitido dejar en evidencia problemáticas comunicacionales que afectan la fidelización a la marca; este diagnóstico facilita la creación y aplicación de estrategias para la mejora comunicacional de identificación y fidelización y principalmente para el cumplimiento de estrategias a futuro, donde la Corporación pretende mantenerse y darse a conocer como líderes en el mercado.

El presente proyecto, ha tomado en cuenta misión y visión de la Unidad de Negocios, así como antecedentes históricos tanto de la Corporación Disagro, como de la Unidad de Negocios de Sacos Agroindustriales, su origen y su historia. Considerando tanto al personal administrativo como al operativo. Como elemento de recolección de datos, principalmente se realizaron entrevistas a los empleados con mayor antigüedad, haciendo énfasis en los problemas de comunicación específicos de sus departamentos.

La importancia de elaborar un plan de comunicación basado en un diagnóstico previamente ejecutado sobre una problemática que evidencia poco o ningún sentido de pertenencia del empleado hacia una institución que es a la que le reporta y para la que se genera la producción en la Unidad de Negocio previamente indicada. La comunicación hacia los nuevos y antiguos colaboradores de la unidad se ha basado en políticas que parecen ser propias de la unidad y no que respondan a un corporativo; no se había evidenciado la respuesta o falta seguimiento o respuesta hacia estándares, políticas, procedimientos e instructivos, hasta la implementación de herramientas sistemáticas que actualizarían y alinearían con la corporación en cuando a procesos y estándares de calidad.

La herencia de autonomía e independencia formo equipos de trabajo leales y comprometidos con una Unidad de Negocios, no así al Corporativo al que responde; mismo que ahora busca promover la pertenencia en pro tanto de la corporación como de los empleados; así como encaminarse a estrategias futuras relacionadas a su posicionamiento en el mercado; por lo tanto, dentro una estrategia de cambio, ha venido realizando mejoras en

procesos, en infraestructura, mandos medios y altos, ha dejado de lado y no ha tomado en cuenta el impacto comunicacional de los empleados hacia un Corporativo que de años a la fecha no ha sido reconocido como una autoridad latente y visible, por el contrario, y si es que ha sido reconocida como autoridad, lo ha sido como una autoridad intimidante, para lo cual se planteara Propuesta Comunicacional.

Justificación

Se elabora un Plan de Comunicación para, de forma ordenada y estratégica se haga llegar al personal administrativo y operativo, la información sobre la fundación, cimientos y políticas de la corporación a la que responde la Unidad de Negocios de Plástico. Haciendo llegar un mensaje que hace de conocimiento general la sinergia que debe existir entre la Unidad de Plásticos con el Corporativo de Disagro, los beneficios de estar sincronizados en procedimientos y políticas, así también las responsabilidades que conlleva ser parte del grupo, tanto a nivel institucional externo como cliente interno.

Dejando de manera clara al empleado las jerarquías y el orden responsivo de la Unidad de Negocios hacia el Corporativo, se logrará de forma efectiva estandarizar procedimientos y políticas formalizando así que la Unidad es parte de un Corporativo al que le responde y reporta; lo cual es viable económica y administrativamente, considerando que ha sido solicitado por la dirección Corporativa.

CAPÍTULO I

1. Diagnóstico

1.1 Objetivos del diagnóstico

1.1.1 Objetivo general

Diagnosticar el problema de comunicación entre la Unidad de Negocios de Plásticos y el Corporativo Disagro.

1.1.2. Objetivos específicos del diagnóstico

1. Analizar de raíz de la situación de comunicación actual Inter empresas.
2. Evaluar los procesos en las líneas jerárquicas que han llevado sus equipos de trabajo y reportería por una ruta independientes.
3. Determinar a través de la información recolectada la ruta para conocer la percepción actual y a futuro del personal.

1.2. Institución – Sacos Agroindustriales, S. A.

Personal administrativo y personal operativo.

1.2.1. Ubicación geográfica

Las oficinales centrales de Sacos Agroindustriales, y el Corporativo Disagro, se encuentran ubicados en Anillo Periférico 17-36 Zona 11, Guatemala, Ciudad.

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

La Empresa Sacos Agroindustriales cuenta actualmente con alianzas estratégicas con las certificaciones internacionales; FSC22000 e ISO9000 que además de certificarla como una empresa con altos estándares de calidad y seguridad, la califican como empleadora certificada; que provee a sus empleados además de un ambiente adecuado de trabajo, hasta oportunidad de crecimiento y especialización; cuenta también con el reconocimiento de instituciones como AGEXPORT que la califican como líder en su ramo y por lo tanto proveen oportunidades no solo a la empresa sino a los empleado.

1.2.3. Origen e historia de la Unidad de Negocios de Plástico

Antecedentes Históricos

Disagro Guatemala, Inicio operaciones en el mercado guatemalteco de fertilizantes en 1976, con la construcción de la planta de Escuintla. Incursiono en el negocio de productos de protección de cultivos en Guatemala, posterior a esto se consolida como líder en el mercado de fertilizantes en Guatemala e inicia operaciones en la costa atlántica; con el crecimiento del negocio se ve la necesidad de incursionar en el negocio de maquinaria en el cual incursiona en 1985.

En 1986, Incursiono en el negocio de manufactura y distribución de productos de empaque de plástico flexible.

A partir del año 1992 y hasta el año 2011 su crecimiento a nivel regional convierte la marca en líder a nivel regional, adjudicándose también durante este tiempo la representación de varias marcas de reconocimiento internacional.

Sacos Agroindustriales, La empresa nace en 1986 bajo el nombre de Sacos Agrícolas, surge de la necesidad de empaque para fertilizante el cual es distribuido por **Disagro**; su objetivo comercializar sacos de polipropileno para el Sector Industrial, teniendo un crecimiento continuo y bien planificado. En 1996, Sacos Agrícolas obtiene la licencia para producir y comercializar en Centro América, sacos laminados valvulados con tecnología AD-Star, siendo la 4ª empresa a nivel mundial y 1ª en América en obtener dicha licencia.

Con la fusión estratégica entre Sacotex y Sacos Agrícolas en 1998, se forma **Sacos Agroindustriales**; en este mismo año se inicia una nueva y próspera línea de producción de Envases PET.

La expansión de Sacos Agroindustriales hacia Centro América inicia a partir de 2001 y hasta 2003 con la fundación de Sacos Agroindustriales de Honduras, Rafytica en Costa Rica y Macsa en Nicaragua, adquiriendo en este mismo período la certificación de calidad ISO9001.

Filosofía institucional

Creemos en los valores como forma de vida, como cotidianidad; en crear fuentes de trabajo digna para las familias guatemaltecas y proporcionar a nuestros clientes productos de calidad y atención personalizada y especialidades, con esto confiamos también en que la formación académica de los miembros de esta corporación no debe detenerse y debe mantener capacitación constante. Nos satisface ser una empresa líder en la región, ya que también esto provee a nuestro personal una currícula importante que abre puertas a futuro, tanto para la corporación como para el personal.

¿Quiénes somos?

En Sacos Agroindustriales fabricamos y comercializamos productos de calidad mundial para envase y empaque, con la finalidad de conservar los productos e imagen de nuestros clientes.

Somos reconocidos a nivel mundial como líderes de calidad, eficiencia, servicio e innovación en la fabricación y comercialización de productos para envase y empaque. Teniendo un crecimiento sostenido y bien planificado. Participando con la comunidad, con programas de orientación para el uso de productos seguros y reciclables. Contando con recurso humano competente comprometido y motivado.

1.2.4. Departamento o dependencias de la Institución:

Gerencia General

Vela y es responsable por la estabilidad, crecimiento y expansión de la empresa, tiene a su cargo como reporte directo un grupo Gerencial que cuenta con Gerentes Senior y Gerentes Junio.

Gerencias y departamento de Recursos Humanos

Vela por el empleado: su contratación, capacitación, bienestar, crecimiento académico e infraestructura adecuada para la ejecución de sus funciones. Participa activamente con todos los departamentos y proyectos que involucren al empleado. Planifica y ejecuta planes de capacitación tanto para el desarrollo de la empresa como el desarrollo y crecimiento del personal.

Gerencias por País

Se encarga del desempeño y buen funcionamiento de las unidades de negocio ubicadas en: Honduras, Nicaragua y Costa Rica.

Gerencia y departamento Financiero

Velan por las finanzas de la empresa, la gestión eficiente de los recursos económicos que genera la operación y por la legalidad en el pago de impuestos.

Gerencia y departamento Comercial

Vela por la marca y su comercialización, por mantenerse en el top of mind de nuestros clientes, local e internacionalmente.

Gerencia y personal de Planta

Encargados de la producción de material para clientes.

Gerencia y departamento logístico

Vela por la puntual entrega de los productos, así como su almacenamiento seguro y trazabilidad oportuna.

1.2.5. Misión

En Sacos Agroindustriales fabricamos y comercializamos productos de calidad mundial para envase y empaque, con la finalidad de conservar los productos e imagen de nuestros clientes.

1.2.6. Visión

Ser reconocidos a nivel mundial como líderes de calidad, eficiencia, servicio e innovación en la fabricación y comercialización de productos para envase y empaque. Teniendo un crecimiento sostenido y bien planificado. Participando con la comunidad, con programas de orientación para el uso de productos seguros y reciclables. Contando con recurso humano competente comprometido y motivado.

1.2.7. Objetivos Institucionales

1. Ser la marca líder a nivel regional.
2. Proveer a nuestro personal de herramientas de crecimiento profesional.
3. Adaptarnos constantemente a la tecnología tan cambiante
4. Ser la mejor opción para las necesidades de nuestros clientes
5. Producir el mejor material de empaque a los mejores precios.

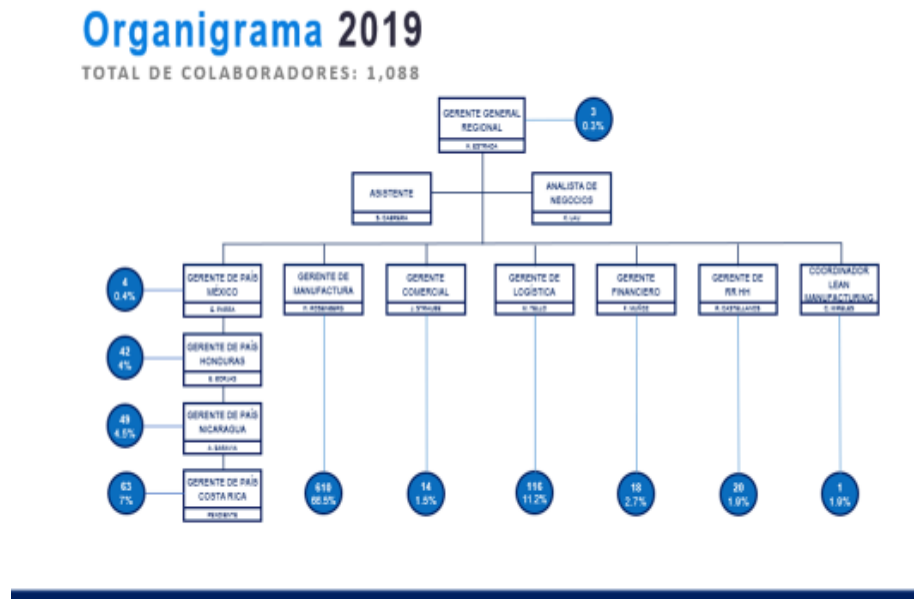
1.2.8. Público objetivo

El público objetivo de Sacos Agroindustriales, son todas las empresas con necesidad de proteger su producto con empaque plástico de calidad; para el efecto cuenta con departamento de Control de Calidad que se enfoca en la evaluación de la materia prima hasta el producto final.

1.2.9 Organigrama

Estructura organizacional

La estructura organizacional de Sacos Agroindustriales, S. A. se diseñó en base a la estructura que Disagro plantea y que está basada en el principio de la departamentalización por lo que su estructura incluye la Gerencia General, cinco Gerencias Senior y seis Gerencias Junio que tiene bajo su responsabilidad la ejecución de procesos en sus diferentes áreas para un adecuado funcionamiento, ejecución y producción de procesos.



1.3. Metodología

1.3.1. Descripción del Método

Como método científico se denomina el conjunto de normas por el cual debemos regirnos para producir conocimientos con rigurosidad y validez científica. Como tal, es una forma estructurada y sistemática de abordar la investigación en el ámbito de las ciencias. (Significados.com, 2018)

En este sentido, se vale de la observación, la experimentación, la demostración de hipótesis y el razonamiento lógico para verificar los resultados obtenidos y ampliar el conocimiento que, en esa materia, se tenía. Sus hallazgos pueden dar lugar a leyes y teorías. (Significados.com, Significados, 2018)

En ese sentido se concluyó que la metodología a utilizar en la presente investigación es cualitativo-inductivo, ya que según (Merino, 2008) el método inductivo o inductivismo es aquel método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares. Se trata del método científico más usual, en que pueden distinguirse cuatro pasos esenciales: la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la contrastación.

El alcance que se le dará a la presente investigación será explicativo, ya que se pretende indicar y explicar, como su nombre lo dice, el por qué la información no llega de forma clara y el para qué debe llegar a su destinatario y así lograr un mejor conocimiento de los procesos y políticas que debe seguir.

Se utilizó la metodología cualitativa, ya que interesaba conocer la percepción del personal sobre la empresa y la corporación para la que labora; se enfocó principalmente en la antigüedad del personal con la finalidad de entender y determinar el conocimiento que tiene cada uno de ellos sobre la Corporación no solo en la actualidad sino, principalmente durante el tiempo que llevan laborando en ella, cual ha sido la información a la que han tenido acceso y la forma en que la información les ha sido transmitida. A partir de obtenida esta información se ha podido crear una estrategia enfocada en hacer llegar la información de forma pertinente y puntual, así como también de forma constante y específica. La metodología cualitativa, por lo común, se utiliza primero para descubrir y refinar preguntas de investigación. A veces, pero no necesariamente, se prueban hipótesis (Grinnell, 1997).

En la metodología cualitativa el investigador ve al escenario y a las personas en una perspectiva holística; las personas, los escenarios o los grupos no son reducidos a variables, sino considerados como un todo. Se estudia a las personas en el contexto de su pasado y las situaciones actuales en que se encuentran. (Angulo López, 2011).

A pesar de que la metodología cualitativa y la cuantitativa suelen contraponerse, en realidad tanto la orientación de tipo cuantitativo como la de tipo cualitativo pueden considerarse interdependientes. De esta manera, puede iniciarse un estudio cualitativo exploratorio, y posteriormente emplear métodos cuantitativos para ir ordenando lo que se va descubriendo. O, a la inversa, iniciar un estudio cuantitativo y a lo largo de su desarrollo precisar las aportaciones cualitativas que permitan una visión más profunda de la realidad objeto de estudio. (Corbetta, P., 2003).

Ahora bien, la investigación cualitativa necesita también ser sistemática y rigurosa. La crítica más común que se hace a la metodología cualitativa es su carácter subjetivo, polarizado, impresionista, idiosincrásico y falta de medidas exactas cuantificables. Estas críticas se hacen siempre desde el punto de vista de la validez interna (que el resultado de la investigación represente el hecho real estudiado) y de la validez externa (que el resultado de la investigación sea aplicable a otras situaciones). Sin embargo, en la investigación cualitativa la generalización no es una condición *sine qua non*. En contraposición, como se ha indicado, la investigación cualitativa ahonda en la interpretación de los datos: supone un

estudio más profundo y detenido de los datos observados, y tiene sus propios medios de conseguir validez, como es el empleo de la triangulación, esto es, cotejar los datos desde diferentes puntos de vista, lo cual ayuda además a profundizar en la interpretación de los mismos. (Pérez G., 1994)

1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección

Para realizar la presente investigación se utilizaron fuentes primarias. Estas fuentes nos permitieron obtener información a través del contacto directo con el personal administrativo y operativo de la Unidad de Plásticos a través de la observación y entrevistas. Las entrevistas permitieron recabar información más específica de la institución.

Observación

La observación consiste en recibir conocimiento del mundo exterior a través de nuestros sentidos o el registro de información por medio de herramientas e instrumentos científicos. La información registrada durante un experimento puede ser denominada observación (Explorable, 2008).

Mediante la observación se logró percibir la manera y procedimiento en que el personal del departamento de enfermería trabaja; se pudo notar las tareas que desempeña cada elemento y el cómo se comunican de forma verbal y escrita entre ellos. Por momentos se pudo observar que existe poca comunicación entre ellos.

Entrevista

Una entrevista estructurada se caracteriza por estar planteada de una manera estandarizada donde se hacen preguntas que previamente fueron pensadas y para un entrevistado en particular que responde concretamente lo que se le está preguntando. El entrevistador tiene una libertad limitada a la hora de formular las preguntas pues no pueden

hacer de la entrevista en sí misma, sino de un cuestionario realizado de antemano (Conceptos, 2017).

Para la realización del presente diagnóstico, se realizó una entrevista a la directora general del centro hospitalario la cual mencionó algunos de los problemas que se muestran de manera constante dentro del hospital; indicó que la mayoría de problemas se da porque la información al no ser clara, precisa y escrita puede no llegar y así perderse entre los cambios de turno y es por ello que muchos de sus compañeros están desinformados de asuntos que son de importancia para el funcionamiento del departamento.

1.3.3. Cronograma del Diagnóstico

Actividades	Diciembre				Enero			
	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4
Entrevistas con personal, por antigüedad	5 a 10 años							
	10 a 15 años							
	15 a 20 años							
Recopilación de información general de Sacos Agroindustriales y Corporación Disagro; se involucra departamento de RRHH y Jurídico								
Análisis y transcripción de la información proporcionada en las entrevistas								
Elaboración del diagnóstico								

1.4. Recopilación de datos

Se entrevistó a personal administrativo y operativo, 125 colaboradores; considerando en ellos los siguientes aspectos: Personal con antigüedad de entre 1 a 10 años, se entrevistó a 2 colaboradores por departamento, se tomó en cuenta cada jerarquía, las entrevistas se basaron en cuestionamientos sobre sus conocimientos sobre la historia tanto de la unidad de negocios de Plástico como del Corporativo; en la entrevista se procuró la comodidad y confianza del colaborador, para obtener las respuestas más apegada a la realidad y buscando obtener información sobre el diagnóstico y la intención comunicacional que se pretende presentar..

Ficha de la entrevista



ENTREVISTA

A continuación, cuestionamientos relacionados a su conocimiento sobre la instrucción en la que labora; el objetivo principal es detectar si la información de la Corporación le ha sido transmitida oportunamente:

- Nombre:
 - Departamento:
 - Puesto:
 - Años de trabajar para la empresa:
 - Para que empresa trabaja:
1. ¿Conoce usted la historia de Sacos Agroindustriales?
 2. ¿Conoce usted la historia de Disagro?
 3. ¿Se siente identificado con Sacos Agroindustriales?
 4. ¿Se siente identificado con Disagro?
 5. Para usted, ¿qué relación tiene Sacos Agroindustriales con Disagro?

Resultado de la entrevista

Los hallazgos identificados en las entrevistas exponen de manera muy clara el poco conocimiento de sujeción de la Unidad de Plásticos hacia el Corporativo Disagro; según la percepción general, Disagro es una más de las empresas del grupo, no hay conciencia del reporte directo no solo de la Unidad de Plásticos sino de todas las unidades. El personal muestra cierta resistencia al planteamiento de una jerarquía más allá de una Gerencia General.

El personal no conoce la historia en general, se puede identificar en las respuestas que la capacitación inicial de inducción provee conocimiento sobre el puesto de trabajo sus responsabilidades y obligaciones, también de los beneficios que adquiere, no así sobre la historia y sujeción de la Unidad hacia el Corporativo. Se evidencia que poco o nada se ha hecho por relacionar al personal con dirección a la que responde. La línea de jerarquía que representa las gerencias, en todos los segmentos de tiempo laboral, tiene muy claro que Sacos Agroindustriales pertenece y reporta al corporativo Disagro, sin embargo, se evidencia también que no lo transmite o no siente que deba transmitirlo a sus subordinados.

Agregan en comentarios varios, que no han participado o sido convocados a charlas o capacitaciones dentro de su departamento relacionadas a temas comunicacionales, confirman la mayoría de los departamentos tener reuniones semanales y/o quincenales, pero que estas no tienen nada que ver con dar a conocer la historia de la empresa.

1.5.Radiografía de la institución:

Problema comunicacional

En la realización del diagnóstico se detectaron problemas comunicacionales e institucionales como:

- Comunicación poco eficiente dentro en la inducción de personal de nuevo ingreso.
- No existe una estrategia de comunicación adecuada.
- No se promueven las actividades en conjunto se realizan por separado.
- Solo se transmite la información a personal en mandos altos, y estos no la transmiten a su personal a cargo.
- Falta de identidad institucional
- No se programan actividades en que se promuevan las marcas al cliente interno.

FODA

El análisis FODA, es una metodología de estudio de la situación de una empresa o un proyecto, analizando sus características internas (Debilidades y Fortalezas) y su situación externa (Amenazas y Oportunidades) en una matriz cuadrada. (Definiciones, 2016).

A continuación, se presenta el FODA del Sacos Agroindustriales, S. A.:

1.5.1. Fortalezas:

Sacos Agroindustriales, es una empresa sólida y de prestigio, reconocida como la más grande de la región, elaborando productos de calidad y teniendo como uno de sus pilares principales a su personal. La Unidad de Negocios cuenta con departamentos de Mercadeo y Diseño que constantemente promueven la imagen y que en este proyecto serán claves para la transmisión de mensajes, tanto interna como externamente.

En Sacos Agroindustriales, siempre se ha considerado al personal como un pilar en sus fortalezas; la atención a la instrucción ha sido un aporte que marca la fácil transmisión de información utilizando formas de comunicación sencilla pero eficiente; la generación, publicación y flujo de información es constante y atendida.

. 1.5.2. Oportunidades:

Los beneficios que aporta comunicar las políticas y procesos de la Corporación nos facilita una ventada de oportunidad para hacer encajar al colaborador en esta transición; ya que dando a conocer los beneficios que tiene al ser parte de la corporación, sabrá que será favorecido en su crecimiento personal y profesional, facilitándole oportunidades que pueden explotar a su favor. Transmitiendo a través de esto los cambios realizados en la estructura de la organización a niveles jerárquicos que abarcan direcciones y gerencias; y que presentan alternativas de cambio, que ha significado en la organización expectativas de mejora tanto en la estructura organizacional corporativa como de la unidad. Se debe aprovechar esta ventada para promover la cultura de trabajo en equipo, publicación y exposición de las políticas, procesos y procedimientos que debe ejecutarse en alineación con la Corporación.

1.5.3. Debilidades:

El personal con mayor antigüedad y quien puede tener más sentido de pertenencia con la Corporación, es minoría, el personal con menor antigüedad no fue informado, orientado o capacitado de forma oportuna al momento de ingresar a la empresa, por lo tanto el cambio de cultura podría atrasar y/o detener el proceso. La lealtad en el caso del personal operativo podría ser una debilidad la cual debe tratarse de forma delicada, y sabiéndola orientar hacia el Corporativo.

1.5.4. Amenazas:

Históricamente existe una falta de compromiso con temas inductivos y de capacitación, tanto por promoverlos por parte de las autoridades, como de atenderlos por parte del personal. Esto puede crear una brecha de tiempo que retrase los procesos de comunicación. La falta de apoyo y seguimiento al proyecto comunicacional, la participación negativa, o el desinterés del personal en atender nuevas políticas y procedimientos.

CAPÍTULO II

2. Plan de Comunicación:

2.1. Antecedentes Comunicacionales:

En el año 2015, el departamento de Recursos Humanos aprovecha una ventana de comunicación en la implementación del Sistema SAP; en conjunto se pretende llegar a los colaboradores a través de un bombardeo de correos electrónicos que se convirtieron al final del día en un informativo de normas y procesos a implementar, sin motivación a la participación, sin llamar a ser parte de un trabajo en equipo; no existió una estrategia bien planteada, en que se incluyera o se transmitiera al colaborador una propuesta de participación integral en el camino de una implementación que se alineara a procedimientos y políticas como parte del Grupo Disagro. Es importante mencionar que el propósito inicial del plan de comunicación no incluía la fidelización del empleado hacia la corporación, era un Plan de Comunicación que tenía como principal objetivo hacer conocer al empleado los beneficios de la implementación de una nueva herramienta sistemática que facilitaría la ejecución de los procesos, una herramienta amigable, todo esto a la fecha ha tenido poca aceptación, aun se busca optimizar el sistema y el empleado se adaptó a trabajar con un sistema nuevo sin sentirse motivado o involucrado, por lo tanto el Plan de Comunicación no alcanzo su objetivo inicial y mucho menos el secundario.

Otras formas de intento de comunicación es el periódico quincenal interno, donde se ha incluido políticas, códigos de conducta y de una forma no tan directa se ha intentado transmitir al empleado la pertenencia que tenemos con el grupo; intento menciono ya que esta muy lejos de ser una estrategia de comunicación funcional, tirar palabras que no necesariamente son leídas.

2.2. Objetivos de Comunicación:

2.2.1. Objetivo General

Fortalecer la comunicación sobre las bases, políticas y procedimientos de la Corporación al personal administrativo de la Unidad de Negocios de Plástico, Sacos Agroindustriales,

2.2.2. Objetivos Específicos

- Crear material impreso y digital con la finalidad de fortalecer la imagen corporativa y la transmisión de información histórica, responsabilidades y obligaciones tanto de la corporación con el empleado y viceversa; incluyendo en este las marcas principales, colores y personajes tanto de la Unidad como de la Corporación.
- Implementar en el material institucional la imagen corporativa.
- Publicación del material impreso en carteleras informativas y periódico semanal; colocándolas en puntos clave y de acceso a todos; y manteniendo actualizada, constante y vigente la impresión del periódico.
- Transmisión de la información digital, utilizando las herramientas tecnológicas que la empresa tiene a su disposición: correo electrónico, whatsapp, intranet y Success Factors.
- Transmitir a través de charlas y capacitaciones, con programas estratégicamente elaborados y con incentivos por participación, fortaleciendo así la base organizacional.
- Capacitar a personal para la transmisión de la información relevante y cambiante, con la finalidad de mantener el proyecto vigente y al persona de nuevo ingreso informado.
- Capacitación para motivar el trabajo en equipo entre las personas que integran dicho departamento, y los departamentos de Disagro con los que se tendrá relación directa e indirectamente.

2.3. Público Objetivo

Personal Administrativo y Operativo de la Unidad de Plásticos.

Aspectos Demográficos:

Personal administrativo en jornada regular y personal operativo en turnos mixtos.

Aspectos Psicográficos:

Personal administrativo y operativo que labora para la Unidad de Plásticos, que ha sido calificado por lo menos por los últimos trimestres con bonificaciones especiales en su desempeño, con incentivo adicional.

Aspectos Geográficos:

Personal administrativo ubicado en el Corporativo Disagro, en Anillo Periférico 17-36 Zona 11, Ciudad de Guatemala; y personal operativo ubicado en Planta Antigua, Sacos Agroindustriales en Camino a San Pedro las Huertas Frente a Lotificación El Alto, Antigua Guatemala.

2.4. Mensaje

“Somos Sacos, Somos Disagro”

Este mensaje se creo y transmitió de esta manera, con la idea de transmitir al empleado la certeza que Sacos Agroindustriales sigue siendo una empresa sólida y estable, que pertenece a un grupo que la respalda. Este mensaje en su diseño se realizó también con la finalidad de familiarizar al empleado con la marca Disagro que, en adelante aparecerá en todas las publicaciones de la Unidad.

2.5. Estrategia

Con el fin de transmitir, fortalecer y mantener el traslado de información a todas las personas que conforman al personal de Sacos Agroindustriales se creó una Campaña Comunicacional: la cual incluye la publicación de material impreso: Cartelera Informativa, semanario y publicaciones digitales transmitidas vía correo electrónico, con la finalidad de reforzar el mensaje; el material será actualizado por el personal de Recursos Humanos. En dicha cartelera se expondrá información de interés tanto para la Corporación y Unidad de Negocios de Plásticos, como para el personal, reforzando en este espacio las políticas y procedimientos con los cuales nos alinearemos a las normas de Disagro.

La propuesta de comunicación incluye capacitación de inducción al personal, esto con la finalidad de incentivar la participación del personal cuyos indicadores han superado el 90%, por lo menos durante los últimos 6 meses; la finalidad de capacitar a este personal es que sean ellos mismo que capaciten al personal de nuevo ingreso, incluyendo en la inducción la información que promovemos en este documento.

También con el fin de fortalecer el clima laboral interno e identificación institucional, se impartirá una charla sobre inducción de trabajo en equipo alineado a los equipos y procesos de Disagro; con esto se busca motivar e incentivar a las personas a trabajar en equipo y apoyarse como tal; generando así eficiencia y así brindar un servicio satisfactorio con el cliente interno.

Por último, para reforzar las acciones mencionadas anteriormente se imprimirán afiches informativos, donde se darán a conocer los nuevos procesos comunicacionales que se trabajarán dentro de la empresa; con esto se busca dar a conocer las nuevas herramientas que ayudarán a todo el personal a mantenerse informado sobre las actividades de las empresas; manteniendo en todas y cada una de las publicaciones el logo de Sacos Agroindustriales y el de Disagro.

2.6. Acciones de Comunicación

ACCIÓN 1	
A qué estrategia corresponde la acción	Provisión
Problema	El material que se utiliza actualmente para las publicaciones no cuenta con el logo de Disagro, por lo tanto, debemos reemplazar el existente por el nuevo, reforzando así el mensaje.
Producto	Material Impreso
Objetivo Comunicacional	Elaborar material impreso que en sí mismo contenga la imagen que queremos transmitir; reforzando colores, formas, personajes y especialmente el mensaje que pretendemos transmitir.
Público Objetivo	Personal de Recursos Humanos, Operativo y administrativo.
Medio de difusión	Carteleras, notisacos, publicaciones: cumpleaños, informativo, celebraciones especiales, consulta médica.

Fuente: Susana Cabrera, 2019





Somos Disagro! Desde 1976

Somos Sacos! Desde 1976



Somos Disagro! Desde 1976

Somos Sacos! Desde 1986





Somos Disagro! Desde 1976

Somos Sacos! Desde 1986



ACCIÓN 2

A qué estrategia corresponde la acción	Mantenimiento y reforzamiento del mensaje
Problema	Actualmente la Comunicación hacia el personal es poco eficiente y constante
Producto	Charlas, publicación de material impreso, envío de información vía electrónica
Objetivo Comunicacional	Reforzar el mensaje a través de las publicaciones periódicas, en las cuales a través del mensaje y la imagen se refuerza el mensaje: “Somos Sacos, Somos Disagro”.
Público Objetivo	Personal Operativo y administrativo.
Medio de difusión	Carteleras, notisacos, publicaciones periódicas en Notisacos, se aprovechará a utilizar el nuevo material impreso en todas la publicaciones de cada uno de los departamentos.

Fuente: Susana Cabrera, 2019



Dibujo Ganador, 33 Aniversario
Caja de Ahorro



FELICIDADES A LOS CUMPLEAÑEROS Del mes de Julio

Les desea:



- ❖ ANGEL CELIS 02
- ❖ DAYREEM VILANOVA 04



Es un gusto presentarles a:
LAURA ECHEVERRIA
Laura recientemente se integra a nuestro equipo,
en el puesto de:
SERVICIO AL CLIENTE
BIENVENIDA A:

Sacos Agrindustriales

ACCIÓN 3	
A qué estrategia corresponde la acción	Campaña de Reforzamiento del Mensaje
Problema	Reforzar y mantener vigente el mensaje.
Producto	Capacitaciones, charlas informativas y se continua con la publicaciones indicadas en la acción 2.
Objetivo Comunicacional	Mantener el mensaje vigente, reforzar la información sobre los beneficios que conlleva para los empleados y para la Unidad.
Público Objetivo	Personal Operativo y administrativo.
Medio de difusión	Charlas y capacitaciones, se continua con la publicación del materia impreso.

Fuente: Susana Cabrera, 2019



Plan de capacitación No.1:

Capacitadora: MA. Anya Silva

Dirigido a: Personal Administrativo:
Departamentos:

Contabilidad	10
Ventas	12
Servicio al Cliente	8
Logístico	16
Diseño	4
Planeación prod	6
Control	4
Inv y Desarrollo	3

Temas:

- 09:00-09:05 Introducción sobre capacitación
- 09:05-09:20 Ejercicio:
Escribe en un párrafo que sabes de Sacos Agroindustriales y de Disagro
- 09:20-09:30 Video Historia de Disagro
- 09:30-09:40 Video Historia de Sacos Agroindustriales
- 09:40-10:10 Coffee Break
- 10:40-11:30 Ejercicios de reconocimiento: colores, personajes, marcas
- 11:30-12:15 Charla sobre la sujeción de las unidades de negocios a la Corporación Disagro

Somos Disagro! Desde 1976

Somos Sacos! Desde 1986



Plan de Capacitación No. 2, Políticas y Código de Conducta
Capacitador: Licda. Tathiana Solorzano

Dirigido a: Personal Administrativo:
Departamentos:

Contabilidad	10
Ventas	12
Servicio al Cliente	8
Logístico	16
Diseño	5
Planeación prod	6
Control	4
Inv y Desarrollo	5

Temas:

09:00-09:05	Introducción a Capacitación
09:05-09:20	Ejercicio: ¿Conoces las Políticas Generales y Código de Conducta de Disagro?
09:20-10:00	Lectura de Políticas Generales de Disagro
10:00-10:25	Lectura de Código de Conducta de Disagro
10:25-11:00	Coffee Break
11:00-11:15	Conclusiones y comentarios

Contenido:

Introducción a la Capacitación

Esta introducción esta a cargo del Gerente de Recursos Humanos, se le informa al personal que esta

Ejercicio No. 1

Con este ejercicio se pretende reconocer el conocimiento que el personal tiene sobre las políticas de la Corporación; se lleva a cabo con una serie de ejemplos en los cuales se les consulta cuales serian las acciones a tomar.

Lectura

La lectura de las Políticas Generales de Disagro y el Código de Conducta, se llevará a cabo por los participantes, y luego se realizara un intercambio de ideas con ejemplos sobre la lectura. La intención es dar a conocer de manera amplia lo que se indica.

Conclusiones y Comentarios

Participa el capacitador y los colaboradores.

Somos Disagro! Desde 1976

Somos Sacos! Desde 1986

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. Proyecto Desarrollado

“PLAN COMUNICACIONAL DE IDENTIDAD Y FIDELIZACIÓN CORPORATIVA EN LA UNIDAD DE PLÁSTICOS DE LA CORPORACIÓN DISAGRO”.

3.1.1. Financiamiento:

El financiamiento para la realización del Plan Comunicacional será cubierto al 100% por el Departamento de Recursos Humanos, en su renglón de presupuesto de Apoyo Estudiantil.

3.1.2. Presupuesto:

El presupuesto utilizado para la ejecución de la estrategia de comunicación se describe a continuación:

Presupuesto Plan de Comunicación

Actividades	Descripción del gasto	Q.
Comunicación Electrónica	No genera gastos	Q -
Publicación Impresa	22 carteleras de 1.20 x 1.00	Q 1,485.00
	4 carteleras de 60 x 80	
	7 carteleras de 60 x 80	
Capacitación No. 1	Coffee Break 66 personas	Q 2,970.00
	Materiales para ejercicios	Q 750.00
Capacitación No. 2	Coffee Break 66 personas	Q 2,970.00
	Impresión de 66 Políticas Generales y 66 Códigos de Conducta	Q 1,056.00
Cierre	Desayuno Cierre	Q 4,875.00
	Diplomas de participación	Q 198.00
Asesoría Comunicacional	Asesoría comunicacional del epesista	Q10,000.00
Bono estudiantil	Bono estudiantil, por proyecto aprobado	Q 2,300.00
Total gastos		Q26,604.00

Elaboración: Epesista, Susana Cabrera

3.1.3. Beneficiarios:

	Beneficiarios	Beneficio
Primarios	Administración y Junta Directiva de Corporativa Disagro	Al conocer el personal operativo y administrativo la sujeción de la Unidad de Negocios de Plásticos al Corporativo, la alineación de procesos y políticas será mas sencilla y el resultado beneficiará los resultados que se ha planteado el Plan Operativo 2019-2020
Secundarios	Personal Administrativo y Personal Operativo	A través del Plan de Comunicación el empleado conocerá no solo las obligaciones que tiene hacia el corporativo, sino de todos los beneficios que goza y que desconoce.

Elaboración: Epesista Susana Cabrera

3.1.4. Recursos Humanos:

Personal	Cargo	Actividad
Ing. Roberto Castellanos	Gerente de Recursos Humanos	Autorización para realizar el Ejercicio de Práctica Supervisada dentro de Sacos Agroindustriales
Ingeniera Tathiana Solorzano	Coordinadora de Capacitaciones	Facilitar el apoyo en la transmisión y convocatoria del personal. Autorización, coordinación y apoyo en actividades realizadas dentro del proyecto; aporte de información de interés a través de personal del Departamento de Recursos Humanos y proporción de espacio físico para utilizarlo como oficina de Comunicación y de espacios estratégicos para colocación del material utilizado en la ejecución del Plan Comunicacional dentro de las instalaciones.

Elaboración: Epesista Susana Cabrera.

3.1.5. Área geográfica de Acción:

La estrategia de comunicación fue ejecutada en las oficinas administrativas ubicadas en Anillo Periférico 17-36 zona 11 y en la Planta de Producción ubicada en Camino a San Pedro Las Huertas, Frente a Lotificación El Alto, Antigua Guatemala.

3.2. Estrategia y Acciones Desarrolladas:

La estrategia de comunicación se realizó a través de una campaña informativa , por medio de la cual se transmitió la información historia sobre la Unidad de Negocios y el corporativo, y se promovió e incentivó al personal Operativo y Administrativo a colaborar con la sujeción a las políticas y procedimientos de la corporación, lo cual tendrá un beneficio integral.

Estrategia:

Elaboración de material impreso, incluyendo logos de Sacos Agroindustriales y Disagro, aplicará a todo el material que se genere con la finalidad de transmitir mensajes hacia el personal, tanto administrativo como operativo.

Acción:

En este material impreso se publicaron los mensajes que se deseaba transmitir; fueron publicados de forma periódica y los mismos serán cambiados periódicamente.

Objetivo Comunicacional:

Mantener en los empleados la constante imagen de ambos logos, y los colores institucionales, procurando con esto mantener vigente el mensaje “Somos Sacos, Somos Disagro”.

Descripción:

La elaboración del material impreso, se desarrollarlo en conjunto con el departamento de Diseño, imágenes que llaman la atención, respetando los colores institucionales y utilizando a los personajes Zac de la Familia Sacos.



Fuente: Epesista Susana Cabrera.

Estrategia:

Campaña Informativa y Campaña de Mantenimiento

Acción:

Publicación de material impreso en medios internos como carteleras, correo electrónico interno, chat corporativo, publicaciones generales, charlas y capacitaciones incentivo.

Objetivo Comunicacional:

Con la publicación del material impreso, se logró la expectativa sobre la información ahí publicada, el personal se ha acercado a la oficina de Recursos Humanos, con diferentes cuestionamientos y se aprovechó la ventana para motivarlos a participar en la formación de capacitadores.

Descripción:

Se publicó en todas las carteleras afiches con la historia, tanto de Sacos Agroindustriales como de Disagro; se publicaron listados “amigables”, sobre las políticas de la Corporación; se convocó a capacitaciones y charlas las cuales fueron atendidas parcialmente.

Acciones desarrolladas:

Las publicaciones en las carteleras serán cambiadas semanalmente, con la finalidad de mantener la atención sobre el mensaje; en el caso de las publicaciones digitales se diseñaron personajes con movimiento.



Elaborado por: Epesista Susana Cabrera.

Estrategia:

Campana de mantenimiento

Acción:

Se mantienen las publicaciones impresas, y en esta etapa se inició con las capacitaciones y charlas; promoviendo la participación de los empleados con su asistencia y dando la oportunidad de que sean ellos quienes aprendan e impartan las capacitaciones.

Objetivo Comunicacional:

El personal ya ha sido informado en la etapa previa, por lo tanto en esta etapa se pretende que el empleado se sienta involucrado en los cambios, por tal razón se promueve la participación activa en las capacitaciones y charlas.

Descripción:

Los empleados han participado en una serie de capacitaciones y charlas, en las mismas el capacitador a cargo promueve la participación de quienes estén interesados en convertirse en capacitadores de inducción.

Acciones desarrolladas:

Se impartieron capacitaciones en grupos no mayores de 10 personas, reforzando lo aprendido con los materiales publicados sobre la historia de Sacos Agroindustriales y Disagro, así como de los procedimientos y políticas, se incentivó a la participación para que los elegidos sean formados como capacitadores que en un futuro serán quienes den la bienvenida a personal de nuevo ingreso o serán requeridos como apoyo con en planta para cordial recepción de invitados y/o clientes, así como de los altos ejecutivos de la Unidad.

3.4. Control y seguimiento

La continuidad de este proyecto se enfocará principalmente en desarrollar procesos de comunicación para el personal existente y para el nuevo personal; bajo la supervisión del Departamento de Recursos Humanos.

Conclusiones

- La comunicación es el elemento fundamental dentro de un establecimiento o identidad, ya que si esta no existiera sería imposible conseguir los objetivos planteados. El Plan Comunicacional realizado en Sacos Agroindustriales, logro que el empleado conozca más sobre las empresas en que labora, y principalmente sobre los beneficios profesionales con los que puedo contar dentro de la compañía.
- Con la campaña informativa se motivó al personal de operativo y administrativo a participar, a conocer y principalmente a seguir los procedimientos y políticas a los que estamos sujetos y que pretende tener una administración efectiva y una operación productiva.
- Aprovechar todas las herramientas tecnológicas y comunicacionales que existen para lograr transmitir y recibir información de una manera inmediata y precisa, logrando así alcanzar sus metas y objetivos trazados.
- La identidad institucional es parte del buen funcionamiento de una empresa o institución pública, ya que involucra al trabajador y lo hace parte de ella; por lo que conocer la base institucional es fundamental para las personas que forman parte de la institución.
- La utilización correcta de las herramientas dentro de la empresa puede generar excelentes resultados en los proyectos que se plantean, optimizando el presupuesto; lo cual nos deja una ventana que podemos aprovechar para reforzar el mensaje.

Recomendaciones

- Implementar nuevas herramientas comunicacionales y tecnológicas que ayuden a mejorar como departamento y alcanzar los objetivos del mismo.
- Alimentar constantemente las herramientas comunicacionales existentes y lograr así mantener la unidad de grupo y la buena comunicación dentro del mismo.
- Realizar charlas o capacitaciones de manera periódica que motiven al personal administrativo y operativo a trabajar en equipo y fortalecer la comunicación interna del grupo, para lograr avances en el departamento, un buen ambiente laboral e identidad institucional en los elementos que lo conforman.
- Crear material audiovisual y material impreso informativo que ayude al aprendizaje constante de las personas que trabajan para la identidad, con ello se logrará contar con personas más capaces en la realización de sus tareas.

Glosario de Términos

Acción: Hecho, acto u operación que implica actividad, movimiento o cambio y normalmente un agente que actúa voluntariamente.

Amenazas: Cosa o persona que constituye una posible causa de riesgo o perjuicio para alguien o algo.

Antecedentes: Acción, dicho o circunstancia que sirve para comprender o valorar hechos posteriores.

Geografía: Ciencia que trata de la descripción de la Tierra.

Beneficiario: Persona o cosa que obtiene beneficio o provecho de determinada cosa.

Comunicación: Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.

Debilidades: Falta de fuerza o energía moral.

Demografía: Estudio estadístico de una colectividad humana, referido a un determinado momento o a su evolución.

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.

Diagnóstico Comunicacional: Es un proceso de cambio que se inicia en el reconocimiento de la situación actual de una empresa o institución, de los distintos grupos que la conforman, con el objetivo de evaluar la eficacia de los sistemas de comunicación de la empresa o institución.

Disensos: Falta de acuerdo entre dos o más personas de aceptación de una situación, una decisión o una opinión.

Ejecución: Realización de una acción, especialmente en cumplimiento de un proyecto, un encargo o una orden.

Equipo: Grupo de personas organizado para una investigación o servicio determinados.

Estrategia: Seria de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado.

Estructura: Conjunto de relaciones que mantiene entre sí las partes de un todo.

Ficha: Conjunto de datos identificativos, judiciales, económicos, policiales, etc., de una persona o cosa.

Financiamiento: Conjunto de recursos monetarios y de crédito que se destinarán a una empresa, actividad, organización o individuo para que los mismos lleven a cabo una determinada actividad o concreten algún proyecto, siendo uno de los más habituales la apertura de un nuevo negocio.

Fortalezas: Defensa natural que tiene un lugar o puesto por su misma situación.

FODA: Es el estudio de la situación de una empresa u organización a través de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, tal como indican las siglas de la palabra y, de esta manera planificar una estrategia del futuro.

Interpretación: Explicación o declaración del sentido de algo, y principalmente el de un texto.

Institución: Organismo que desempeña una función de interés público, especialmente benéfico o docente.

Investigación: Profundización en el estudio de una disciplina.

Metodología: Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica, un estudio o una exposición doctrinal.

Observación: Acción de observar o mirar algo o a alguien con mucha atención y detenimiento para adquirir algún conocimiento sobre su comportamiento o sus características.

Oportunidades: Circunstancia, momento o medio oportunos para realizar o conseguir un fin determinado.

Organigrama: Representación gráfica de la estructura de una empresa o una institución, en la cual se muestran las relaciones entre sus diferentes partes y la función de cada una de ellas, así como de las personas que trabajan en las mismas.

Organización: Asociación de personas regulada por un conjunto de normas en función de determinados fines.

Plan: Modelo sistemático de una actuación pública o privada, que se elabora anticipadamente para dirigirla y encauzarla.

Plan de Comunicación: El Plan de Comunicación contiene las pautas de la estrategia de comunicación de una empresa u organización.

Presupuesto: Cómputo anticipado del coste de una obra o de los gastos y rentas de una corporación.

Proyecto: Primer esquema o plan de cualquier trabajo que se hace a veces como prueba antes de darle la forma definitiva.

Radiografía: Análisis o descripción que profundiza sobre un asunto o un tema.

Recursos Humanos: En una empresa están compuestos por las capacidades, conocimientos y destrezas que puede aportar cada trabajador y que pueden desarrollarse de modo individual o como parte de un equipo de trabajo.

Recopilación: Texto en el que se reúnen varios textos del mismo tipo.

Resultados: Efecto y consecuencia de un hecho, operación o deliberación.

Seguimiento: Observación minuciosa de la evolución y desarrollo de un proceso.

Técnica: Conjunto de procedimientos o recursos que se usan en un arte, en una ciencia o en una actividad determinada, en especial cuando se adquieren por medio de su práctica y requieren habilidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Dr. Roberto Hernández Sampieri.(2014). Metodología de la Investigación 6ta. Edición.
- México D.F. MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE CV.
- Fernando Corripio. (1988). Diccionario de Dudas e Incorrecciones del Idioma. Ediciones Larousse, S.A. México 06600, D.F.
- BEL MALLÉN, J. I. (coord.2004) Comunicar para crear valor. La dirección de comunicación en las organizaciones. Eunsa, Pamplona.
- LAPORTE, J. M. (2001) Entusiasmar a la propia institución. Gestión y comunicación interna en las organizaciones sin ánimo de lucro. Ediciones Internacionales Universitarias, Madrid.
- DEETZ, S. (2001) Conceptos Fundamentales. En: JABLIN, Frederic M. y PUTNAM, Linda L. (eds.) El nuevo folleto de Comunicación Organizacional. Avances en la Teoría de los Métodos de Investigación. Sage, Thousand Oaks.
- SERNA GÓMEZ, Humberto. (ed.) (1992) Mercadeo corporativo. El servicio al cliente interno. Legis. Bogotá.
- SERNA GÓMEZ, Humberto. (ed.) (1996). Planeación y gestión estratégica. Ram Editores. Bogotá.

E GRAFÍA

- Significados.com. (25 de Enero de 2018). *Significados*. Recuperado el 07 de Febrero de 2019, de Significados.com: <https://www.significados.com/metodo-cientifico/>
- Significados.com. (25 de 01 de 2018). Recuperado el 07 de 02 de 2019, de Significados.com: <https://www.significados.com/metodo-cientifico/>
- Jaén, U. d. (2014). Obtenido de http://www.ujaen.es/investiga/tics_tfg/enfo_cuali.html
- López, E. A. (2015). *eumed.net*. Obtenido de Enciclopedia Virtual: http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/metodologia_cuantitativa.html
- López, E. A. (2015). *eumed.net*. Obtenido de Enciclopedia Virtual: http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/metodologia_cuantitativa.html
- Felipe IV, 4 – 28014 Madrid (2019). Real Academia de la Lengua. <https://dle.rae.es>

ANEXOS

Transcripción de las entrevistas

Entrevista#1

Nombre del entrevistado: Ana Isabel Maldonado
Departamento: Finanzas
Puesto: Auxiliar de Contabilidad
Años de trabajar para la empresa: 16 años
Para que empresa trabaja: Disagro

Porque se siente identificada con esta empresa:

Yo desde hace 3 años trabajo para Sacos, pero quien realmente es la empresa líder es Disagro donde trabaje los otros 13 años; la empresa ha sido buena conmigo, solo me trasladaron a Sacos porque yo realizaba un buen trabajo en el área donde laboraba.

Para usted que representa Disagro: La empresa para la que trabajo

Entrevista#2

Nombre del entrevistado: Vinicio Nimatuj
Departamento: Finanzas
Puesto: Jefe de Contabilidad
Años de trabajar para la empresa: 19 años
Para que empresa trabaja: Sacos Agroindustriales

Porque se siente identificada con esta empresa:

No es que me identifique, yo laboro para SAI, estoy en la planilla que paga a Sacos, es la empresa que me contrato.

Para usted que representa Disagro: El Corporativo al que SAI reporta sus operaciones.

Entrevista#3

Nombre del entrevistado: Bárbara Bóleres
Departamento: Atención al Cliente
Puesto: Jefe de Back Office
Años de trabajar para la empresa: 8 años
Para que empresa trabaja: Sacos Agroindustriales
Porque se siente identificada con esta empresa:
No es que me identifique, yo laboro para SAI, estoy en la planilla que paga a Sacos, es la empresa que me contrato.
Para usted que representa Disagro: Es una de las empresas del grupo.

Entrevista#4

Nombre del entrevistado: Lourdes Salvatierra
Departamento: Atención al Cliente
Puesto: Coordinadoras de Mercadeo
Años de trabajar para la empresa: 4 años
Para que empresa trabaja: Sacos Agroindustriales
Porque se siente identificada con esta empresa:
La empresa es amigable, ha cumplido con mi crecimiento profesional y todas las variantes que ofreció en mi contratación.
Para usted que representa Disagro: Es una de las empresas del grupo, a la cual vendemos también de nuestro producto.

Entrevista #5

Nombre del entrevistado: Eddie Castellanos
Departamento: Ventas
Puesto: Asesor de Ventas
Años de trabajar para la empresa: 24 años
Para que empresa trabaja: Sacos Agroindustriales

Porque se siente identificada con esta empresa:

Me gusta lo que hago en la empresa y me siento motivado a mejorar ya que la empresa constantemente me ha proporcionado beneficios profesionales y de crecimiento.

Para usted que representa Disagro: El Corporativo al que SAI reporta sus operaciones.

Entrevista#6

Nombre del entrevistado: Jorge Straube
Departamento: Ventas
Puesto: Gerente de Ventas
Años de trabajar para la empresa: 28 años
Para que empresa trabaja: Sacos Agroindustriales

Porque se siente identificado con esta empresa:

Para vender un producto debe amar la marca, conocerla y hacerla propia; esto me ha permitido tener un crecimiento profesional dentro de compañía que me identifica con ella.

Para usted que representa Disagro: El Corporativo al que SAI reporta sus operaciones.

Entrevista #7

Nombre del entrevistado: Lorena García
Departamento: Logística
Puesto: Coordinadora de Exportaciones
Años de trabajar para la empresa: 5 años
Para que empresa trabaja: Sacos Agroindustriales

Porque se siente identificada con esta empresa:

La identificación viene desde que reconozco la empresa como la fuente de mis ingresos lo cual traduzco en aporte para hacerla crecer lo cual a la fecha ha traído a todos crecimiento profesional y económico.

Para usted que representa Disagro: Es otra empresa del grupo.

Entrevista #8

Nombre del entrevistado: Manuel Tello
Departamento: Logística
Puesto: Gerente de Logística
Años de trabajar para la empresa: 4 años
Para que empresa trabaja: Sacos Agroindustriales

Porque se siente identificada con esta empresa:

SAI es una empresa reconocida a nivel regional, esto me proporciona la oportunidad profesional de expandirme en el campo agroindustrial lo cual suma a mi vida profesional.

Para usted que representa Disagro: El Corporativo al que SAI reporta sus operaciones.

Entrevista #9

Nombre del entrevistado: Anya Silva
Departamento: RRHH
Puesto: Coordinadora de reclutamiento
Años de trabajar para la empresa: 4 años
Para que empresa trabaja: Sacos Agroindustriales

Porque se siente identificada con esta empresa:

Es una empresa de las que ya pocas quedan, da beneficios que muchas otras no dan, trabajar en Sacos significa un peso fuerte en el CV cuando uno sale a buscar trabajo.

Para usted que representa Disagro: Es otra empresa del grupo.

Entrevista #10

Nombre del entrevistado: Roberto Castellanos
Departamento: RRHH
Puesto: Gerente de Recursos Humano
Años de trabajar para la empresa: 14 años
Para que empresa trabaja: Sacos Agroindustriales

Porque se siente identificada con esta empresa:

Es la empresa con la que he construido mi patrimonio.

Cuando uno está en el área de RRHH, uno ama aún más esta empresa, ya que la empresa devuelve lo mismo o más a los empleados.

Para usted que representa Disagro: El Corporativo al que SAI reporta sus operaciones.

Entrevista #11

Nombre del entrevistado: Daniel Pérez

Departamento: Finanzas
Puesto: Control y SAP
Años de trabajar para la empresa: 7 años
Para que empresa trabaja: Sacos Agroindustriales
Porque se siente identificada con esta empresa:
Es una empresa que innova constantemente, e igualmente capacita a su personal.
Para usted que representa Disagro: Es otra Unidad de Negocios que se dedica a los fertilizantes.

Entrevista #12

Nombre del entrevistado: Rebeca Villavicencio
Departamento: Finanzas
Puesto: Coordinadora de CXC
Años de trabajar para la empresa: 2 años
Para que empresa trabaja: Sacos Agroindustriales
Porque se siente identificada con esta empresa:
Es una empresa muy bien reconocida en el mercado laboral.
Para usted que representa Disagro: Es otra empresa del grupo.

Entrevista #13

Nombre del entrevistado: Jennifer Oliva
Departamento: Finanzas
Puesto: Coordinadora de CXC
Años de trabajar para la empresa: 4 años
Para que empresa trabaja: Sacos Agroindustriales
Porque se siente identificada con esta empresa:
Es una empresa sólida. Se hace un buen curricula al trabajar aquí.

Modelo de la entrevista



ENTREVISTA

A continuación, cuestionamientos relacionados a su conocimiento sobre la instrucción en la que labora; el objetivo principal es detectar si la información de la Corporación le ha sido transmitida oportunamente:

- Nombre:
 - Departamento:
 - Puesto:
 - Años de trabajar para la empresa:
 - Para que empresa trabaja:
1. ¿Conoce usted la historia de Sacos Agroindustriales?
 2. ¿Conoce usted la historia de Disagro?
 3. ¿Se siente identificado con Sacos Agroindustriales?
 4. ¿Se siente identificado con Disagro?
 5. Para usted, ¿qué relación tiene Sacos Agroindustriales con Disagro?



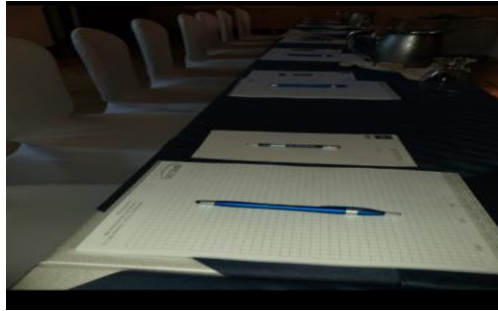
Epesista: reunida con Coordinadora de Capacitaciones, programación de entrega de Políticas y Código de Conducta con nueva impresión. Mayo 2019



RRHH: Entrega de Políticas y Código de conducta con nueva impresión, Mayo 2019



Epesista y gerente de área coordinando actividades de capacitación con Jefes y Supervisores de Mantenimiento y Producción, se activó la capacitación en conjunto con activación de capacitaciones SBS, Junio 2019



Epesista en actividad con Gerencia Financiera, en cierre de tapa de capacitaciones, SAP, SBS y el presente proyecto, con grupo de personal que participo como futuros capacitadores, para lo cual se les otorgo diploma, Julio 2019



Epesista: desarrollando actividades por grupos a personal administrativo y operativo de Sacos Agroindustriales. Mayo 2019



Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Susana Marizol Cabrera Misa
No. Carné y DPI: 200118384 / 1716 34322 0101
Jefe o Encargado (a): Ing. Roberto Castellanos, Gerente de Recursos Humanos
Institución o Empresa: Sacos Agroindustriales, S. A.
Supervisor de EPSL: Licda. Krista Ramírez

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS							Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.		
1	Del: 11 / Al: 15	Febrero	4	4	4	4	8	0	24 hrs.	
2	Del: 18 / Al: 22	Febrero	4	4	4	4	8	0	24 hrs.	
3	Del: 25 / Al: 28	Febrero	4	4	4	4	0	0	16 hrs.	
4	Del: 04 / Al: 29	Marzo	8	8	8	8	8	0	40 hrs.	
5	Del: 01 / Al: 05	Abril	4	4	4	4	8	0	24 hrs.	
6	Del: 08 / Al: 17	Abril	5	5	5	5	8	0	28 hrs.	
7	Del: 22 / Al: 26	Abril	5	5	5	5	8	0	28 hrs.	
8	Del: 06 / Al: 31	Mayo	8	8	8	8	8	0	40 hrs.	
9	Del: 03 / Al: 28	Junio	8	8	8	8	8	0	40 hrs.	
10	Del: 01 / Al: 31	Julio	8	8	8	8	8	0	40 hrs.	
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									304 hrs.	

(f) 
 Ing. Roberto Castellanos
 Gerente de Recursos Humanos

(f) 

 Licda. Krista Ramírez
 Supervisor EPSL



Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada debidamente firmada por las autoridades de Sacos Agroindustriales y la asesora Lic. Krista Maria Ramirez Nájera. Fuente: Susana Cabrera (Agosto 2019)