

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



**“Estrategias comunicacionales para el
fortalecimiento de la imagen interna en el
departamento de flota PepsiCo Guatemala”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

ROSMERY GUISELA DE LEON YANES

CARNE 200417138

Previo a optar al título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, octubre de 2,019

Consejo Directivo:

Director:

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes:

M.A Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijilio

Representantes Estudiantiles:

Gabriela Eugenia Menegazzo

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante de Egresados:

M.A. Jhonny Michael González Batres

Secretaria:

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Coordinador de EPS Licenciatura

M.A. Luis Arturo Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

M.A. Evelin Lisseth Hernández Mazariegos

Lic. Josue Othoniel Andrade de la Cruz

Licda. Krista María Ramírez Nájera

Guatemala, 05 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 el(a) estudiante(a) epeista "Rosmary Guisela de León Yanes" con número de carné: "200417138" 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 Flota PepsiCo Guatemala" cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del 22 de abril 2019 al 06 de julio del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: "Estrategias comunicacionales para el fortalecimiento de la imagen interna en el departamento de Flota PepsiCo Guatemala" entregando el material respectivo y debidamente recibido por: "Fabrica de productos alimenticios Rene, departamento de flota"

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del (la) epeista 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.

FABRICA DE PRODUCTOS
ALIMENTICIOS RENE Y CIA. SCA.
DIVISION METROPOLITANA
CALZADA SAN JUAN 34-01 ZONA 7
TEL.: 2438-8201 FAX.: 2438-8273

Atentamente,

Firma y sello



Otto Portillo

Gerente de Flota Guatemala



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



Guatemala, 4 de octubre de 2019

Estudiante
Rosmery Guisela De León Yanes
Carné: 200417138
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

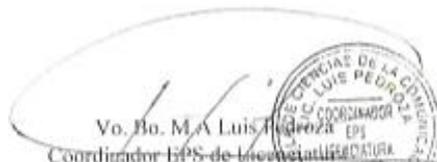
Por este medio informo a usted, que he revisado el informe final de su proyecto de EPS de Licenciatura con título: **"ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN INTERNA EN EL DEPARTAMENTO DE FLOTA PEPSICO GUATEMALA"**. El citado trabajo llena los requisitos del rigor del presente 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"


Lic. Josue Andrade
Supervisor EPS de Licenciatura




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





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

DEDICATORIAS

A DIOS: Por bendecirme en mi vida, en conocimiento y poder finalizar esta etapa de mi vida académica.

Jans: Mi amado esposo, mi compañero de vida. Por el amor incondicional y sobre todo la paciencia y el apoyo, has sido mi fortaleza. Gracias amorcito... Este triunfo es de los dos.

Dostin y Tianna: mis amados hijos gracias por ser mi fuerza y mi alegría este triunfo es de ustedes... los amo.

A mi mamá Enma Yanes: Por apoyarme en mi camino y llevarnos siempre en sus oraciones.

A mi papá Virgilio de León: Por ser ejemplo a seguir en la vida y por enseñarme a trabajar duro por un objetivo.

A mis Hermanos Pahola, Nelson y Wilson: una bendición en tenerlos y saber que cuento con su apoyo y cariño.

A mi familia: abuelita, sobrinos, primos y a mi suegra Thelma por su cariño y oraciones.

A mis amigos: por todos los momentos que compartimos en estos años de universidad y por el gran apoyo que siempre me brindaron.



DE MANERA ESPECIAL A MI HERMANO MI ANGELITO QUE SIEMPRE ESTARÁ
EN NUESTRO CORAZONES BERNABÉ DE JESÚS.

AGRADECIMIENTOS

Ingeniero Otto Portillo por darme la oportunidad de realizar mi proyecto de EPSL en el departamento de flota y con ello lograr conseguir este triunfo.

A los licenciados: Lic. Luis Pedroza Gaytán, M.A. Evelin Lisseth Hernández Mazariegos. Gracias por la entrega en el EPSL.

Lic. Josué Othoniel Andrade de la Cruz, por el apoyo, confianza y entrega en la realización del EPSL.

A la Universidad de San Carlos de Guatemala: por la dicha y orgullo de haberme abierto las puertas y conseguir ser un egresado de este centro de estudios.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación a todos los docentes que compartieron sus conocimientos.

Índice

RESUMEN	I
INTRODUCCIÓN	IV
JUSTIFICACIÓN	V
CAPITULO I	- 1 -
1. DIAGNÓSTICO	- 1 -
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	- 1 -
1.1.1. Objetivo General	- 1 -
1.1.2. Objetivos Específicos	- 1 -
1.2. LA INSTITUCIÓN	- 1 -
1.2.1. Ubicación Geográfica	- 1 -
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas.....	- 2 -
1.2.3. Antecedentes o Historia	- 3 -
1.2.4. Departamentos o Dependencias.....	- 3 -
1.2.5. Misión	- 3 -
1.2.6. Visión.....	- 3 -
1.2.7. Objetivos Institucionales	- 4 -
1.2.8. Público Objetivo	- 4 -
1.2.9. Organigrama.....	- 5 -
1.3. METODOLOGÍA	- 5 -
1.3.1. Descripción del método	- 6 -
1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección.....	- 6 -
1.3.3. Cronograma del diagnóstico.....	- 8 -
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS	- 8 -
1.4.1. Gráficas e interpretación de resultados	- 14 -
1.5. RADIOGRAFIA DE LA INSTITUCIÓN	- 16 -
1.5.1. Fortalezas	- 16 -
1.5.2. Oportunidades	- 17 -
1.5.3. Debilidades.....	- 17 -

1.5.4. Amenazas	- 17 -
CAPITULO II.....	- 18 -
2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....	- 18 -
2.1. ANTECEDENTES DEL ÁREA O DEPARTAMENTO.....	- 18 -
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. EL MENSAJE	- 19 -
2.5. ESTRATEGIAS	- 19 -
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN	- 20 -
CAPITULO III	- 27 -
3. INFORME DE EJECUCIÓN	- 27 -
3.1. PROYECTO DESARROLLADO.....	- 27 -
3.1.1. Financiamiento	- 27 -
3.1.2. Presupuesto ejecutado.....	- 28 -
3.1.3. Beneficiarios.....	- 30 -
3.1.4. Recurso Humano	- 30 -
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción	- 31 -
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS	- 31 -
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	- 34 -
3.4. CONTROL DE EJECUCIÓN	- 35 -
CONCLUSIONES	- 36 -
RECOMENDACIONES.....	- 37 -
GLOSARIO	- 38 -
BIBLIOGRAFÍA	- 45 -
E-GRAFÍAS.....	- 45 -
ANEXOS:.....	- 46 -

RESUMEN

Nombre de la Institución:

Fábrica de productos alimenticios Rene, y CIA, S.C.A.

Nombre del proyecto:

“Estrategias comunicacionales para el fortalecimiento de la imagen interna en el departamento de flota PepsiCo Guatemala.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

Que, en el departamento de flota PepsiCo Guatemala, exista una estructura bien organizada, en donde la comunicación interna fluya de la mejor manera tanto de manera ascendente, descendente como horizontal, y para que esto se cumpla cuenten con los canales y las herramientas comunicacionales adecuadas para lograrlo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Que los coordinadores cuenten con el conocimiento necesario sobre su rol de trabajo y así puedan desempeñar de manera profesional sus actividades laborales, alcanzando su objetivo dentro de la organización.
2. Que los gerentes y coordinadores cuenten con una herramienta funcional que les sirva para expresar sus sugerencias, inquietudes, opiniones, etc. y que éstas sean tomadas en cuenta.
3. Que cuenten con un canal idóneo para publicar información importante para los coordinadores, gerentes y para las personas que los visitan, en donde se pueda encontrar información de interés. Y esto sirva para favorecer la comunicación descendente en el departamento.

SINOPSIS:

La comunicación un proceso que los seres humanos empleamos, y para que se lleve a cabo utilizamos el lenguaje en distintos códigos y contextos sociales. Esta herramienta de comunicación es indispensable dentro de las organizaciones para el desarrollo de estrategias de comunicación. En el departamento de flota fue necesario realizar un plan de comunicación interna, que permitiera visualizar los problemas y deficiencias existentes en cuanto a comunicación se refiere.

Durante el proceso de investigación se utilizó la metodología cualitativa, y los instrumentos de recolección de datos como la observación, la entrevista, y se detectó en el proceso que no contaban con un plan de comunicación que les permitiera desarrollar el proceso de comunicación ascendente, descendente y horizontal de una manera adecuada, por lo que no existía buena comunicación y el ambiente laboral no era el adecuado ya que los coordinadores no podían exteriorizar sus ideas, inquietudes o sugerencias y que éstas fueran escuchadas y tomadas en cuenta por los gerentes.

Dentro de la investigación, la información recopilada permitió conocer los directrices para el desarrollo de estrategias y acciones que permitirían solventar los problemas detectados, dentro de las cuales podemos mencionar:

- a) Buzón de sugerencias, este instrumento se utilizará para que la comunicación ascendente se lleve a cabo de una manera eficaz, logrando que las propuestas o inquietudes de los coordinadores sean tomadas en cuenta para conseguir retroalimentación, buscando así eficacia de la información dentro del departamento.
- b) Cartelera informativa, que permita brindar información por parte de los gerentes y administrativos hacia los coordinadores del departamento. Y esta práctica de información sirva para fortalecer la imagen institucional dentro del departamento.
- c) Video de introducción, esta es una herramienta que les permitirá brindar información de manera visual a cada nuevo integrante sobre el departamento de flota.
- d) Manual de procedimiento, herramienta de información donde se encuentra los lineamientos básicos sobre los procesos administrativos, y operativos que todo coordinador

necesita conocer para alcanzar los objetivos principales dentro de la operación, dicho documento brindara un realce a la imagen institucional al departamento de flota.

INTRODUCCIÓN

La comunicación interna como una herramienta estratégica clave dentro de una organización ya sea pública o privada, mediante y el buen uso de un instrumento para transmitir correctamente la información basado en los objetivos y valores estratégicos que promueve la organización, genera una cultura de apropiación, fidelidad y sentido de pertenencia hacia la empresa u organización.

El presente documento titulado “Estrategias comunicacionales para el fortalecimiento de la imagen interna en el departamento de flota PepsiCo Guatemala”, surge de la necesidad de explorar las técnicas de comunicación utilizados en la institución antes mencionada, a través de un diagnóstico que permitiera descubrir los vacíos de comunicación existentes en el recinto; mediante la utilización de métodos de investigación científicos.

Para la ejecución del proyecto, fueron efectuadas, técnicas de recolección como: observación, entrevistas de profundidad a integrantes del departamento, lo cual reflejó una notable deficiencia en la comunicación organizacional entre los gerentes y coordinadores del departamento. Los resultados han sido obtenidos a través de un estudio cualitativo.

Gracias a los resultados se creó un plan de comunicación de acuerdo con los problemas y deficiencias detectadas en cuanto a comunicación se refiere, dentro de este plan se presentan estrategias y acciones que ayudarán a solucionar la problemática detectada.

El propósito de este trabajo es reforzar una imagen corporativa en el (departamento de flota PepsiCo Guatemala) con un plan de comunicación que se ajuste a las necesidades y recursos que cuenta el departamento y con éste plan, la comunicación ascendente, descendente y horizontal se desarrollen de la mejor manera posible para generar un ambiente de trabajo agradable en donde fluya la comunicación en todos los sentidos.

JUSTIFICACIÓN

La Universidad de San Carlos de Guatemala, tiene por objeto promover la interacción social a través del Ejercicio Profesional Supervisado EPS de la Escuela de Ciencias de la Comunicación en un tiempo estimado de 300 horas practica en las que el Epesista brinda el conocimiento adquirido durante la carrera universitaria, en el departamento de flota PepsiCo Guatemala que de acuerdo a los resultados obtenidos en el diagnóstico realizado con anterioridad se buscó solucionar y mejorar procesos de comunicación que se realizan dentro las instalaciones.

Recordemos que la comunicación es fundamental para el progreso, existencia y desarrollo en una organización. Dentro un mundo competitivo en el que vivimos se presenta grandes desafíos por enfrentar. El desarrollo y crecimiento de las instituciones y organizaciones se debe en gran parte a la comunicación, organización y de la imagen institucional que proyecta lo que le permite adquirir prestigio, confianza y credibilidad.

Por lo anterior ya indicado, la preparación de este proyecto comunicacional interno se pretende mejorar el proceso de comunicación organizacional del departamento de flota, así como también fortalecer la imagen institucional dentro de las instalaciones, para lograr un ambiente laboral en donde sus integrantes se sientan cómodos e integrados a la organización.

Si comprendemos como comunicarnos y utilizamos los medios y canales adecuados para hacerlo vamos a adquirir la posibilidad de obtener un ambiente laboral agradable y un contexto en el que exista un desenvolviendo he interacción organizacional efectiva. Por ello la importancia de contar con un profesional en comunicación que lleve a cabo dicho trabajo y pueda dar soluciones a la problemática que enfrenta la organización.

CAPITULO I

1. DIAGNÓSTICO

“Diagnóstico de Comunicación Organizacional Interno, departamento de flota PepsiCo Guatemala”

1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1. Objetivo General

Elaborar un diagnóstico comunicacional interno sobre los procesos de comunicación utilizados actualmente en el departamento de flota PepsiCo Guatemala, con el propósito de mantener una visión integral de comunicación dentro del departamento y un mejor contacto con sus colaboradores.

1.1.2. Objetivos Específicos

1. Analizar los procesos de comunicación interna, del departamento de flota, tanto de manera ascendente, descendente, así como la comunicación horizontal.
2. Determinar la efectividad de los canales de comunicacionales utiliza actualmente en el departamento de flota.
3. Evidenciar los posibles problemas que existan, así como las deficiencias que tienen las herramientas comunicacionales utilizadas en el departamento de flota.

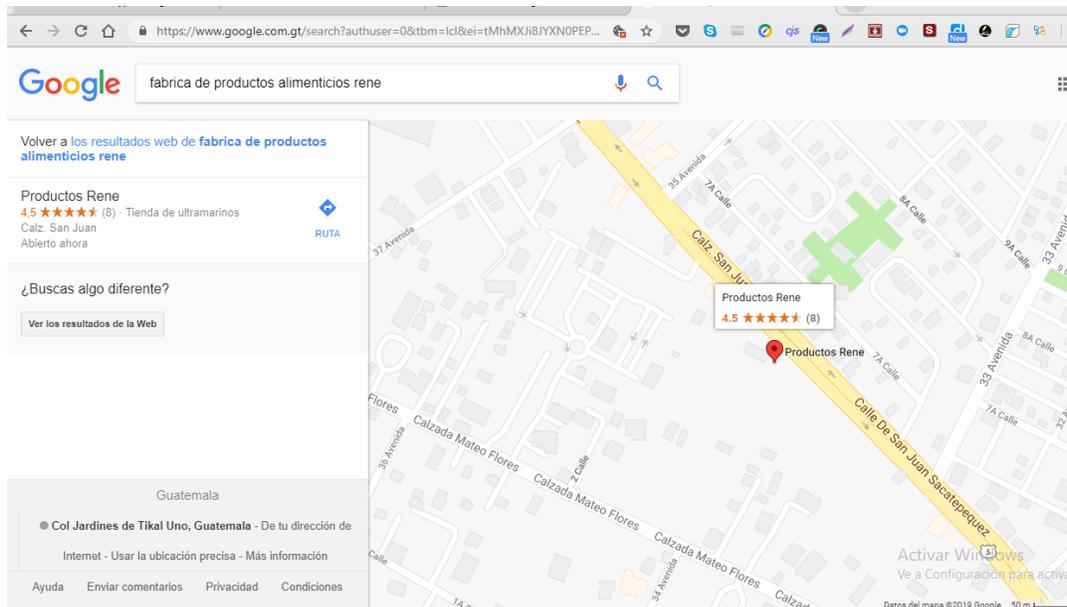
1.2. LA INSTITUCIÓN

PepsiCo, Guatemala



1.2.1. Ubicación Geográfica

Departamento de flota PepsiCo Guatemala se encuentra ubicado Calzada San Juan 34-01 zona 7 Guatemala en el departamento de Guatemala.



1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

Como Unidad de Negocio de PepsiCo, Frito-Lay trabaja bajo la misión de Sustentabilidad Desempeño con Sentido, la cual significa mantener un crecimiento sustentable al invertir en un futuro más saludable para la gente y el planeta. Siendo una empresa comprometida con el entorno en el que opera, Frito-Lay se opta por abrir espacios y generar oportunidades en el área de producción de la Planta de manufactura, con la finalidad de generar oportunidades, para que los colaboradores tengan una mejor calidad de vida, impactando en su familia y a la sociedad.

Frito-Lay cuenta con el Programa de Diversidad e Inclusión, mediante la inserción laboral de personas con capacidades diferentes, promoviendo el desarrollo de una cultura de diversidad, en la cual las personas se integran sin importar su estilo de vida, etnia, raza, color, religión, género, orientación sexual, nacionalidad o discapacidad física, así como una cultura de inclusión, en la cual se adoptan y aprovechan las fortalezas de nuestras diferencias.

La participación de personas con capacidades diferentes, en las actividades productivas, garantiza el enriquecimiento de la cultura de trabajo de Frito-Lay, lo que a su vez permite el desarrollo personal y profesional.

1.2.3. Antecedentes o Historia

PepsiCo fue fundada en 1965 mediante la fusión de Pepsi---Cola y Frito---Lay. La compañía amplió su catálogo con la adquisición de Tropicana en 1998 y la fusión con Quaker Oats en 2001. En 2010, PepsiCo adquirió sus dos compañías embotelladoras principales, Pepsi Bottling Group y PepsiAmericas, una transacción que reforzó de forma significativa el negocio de bebidas de la compañía en América del Norte y Europa. En el 2011, PepsiCo completó su operación más grande fuera de EE.UU. con la adquisición de Wimm-Bill-Dann, la mayor productora de productos lácteos en Rusia.

1.2.4. Departamentos o Dependencias

- Departamento de flota PepsiCo Guatemala; está organizada por gerente de flota y logística, 1 representante de flota Guatemala.
- Cuenta con 3 coordinadores departamentales, un coordinador para el área central, (Guatemala ciudad, y Chimaltenango), un coordinador para el área nororiente (área, atlántico del país, oriente y norte), un coordinador para el área (occidente y costa sur del país).
- Cuenta con una persona en la coordinación administrativa, para centralizar la información.

1.2.5. Misión

Como una de las mayores empresas de alimentación y bebidas a nivel mundial, nuestra misión es proporcionar a los consumidores de todo el mundo alimentos y bebidas de gran sabor, asequibles, listos para el consumo y complementarios, que incluyen desde desayunos saludables a bebidas y aperitivos para su consumo ocasional. Tenemos el compromiso de invertir en nuestros empleados, en nuestra empresa en las comunidades en las que operamos para conseguir un crecimiento sostenible a largo plazo.

1.2.6. Visión

En PepsiCo, estamos comprometidos con alcanzar excelentes resultados financieros a largo plazo integrando la sostenibilidad en nuestra estrategia de negocio, a la vez que

dejamos una huella positiva en la sociedad y en el medioambiente. A esto lo llamamos resultados con Responsabilidad.

1.2.7. Objetivos Institucionales

Los objetivos están diseñados para avanzar en los compromisos de PepsiCo para tener un crecimiento sostenible y aplican a todos los negocios de alimentación y bebidas alrededor del mundo, incluyendo Frito-Lay, Quaker, Pepsi-Cola, Tropicana y Gatorade. PepsiCo llama a este compromiso Performance with Purpose.

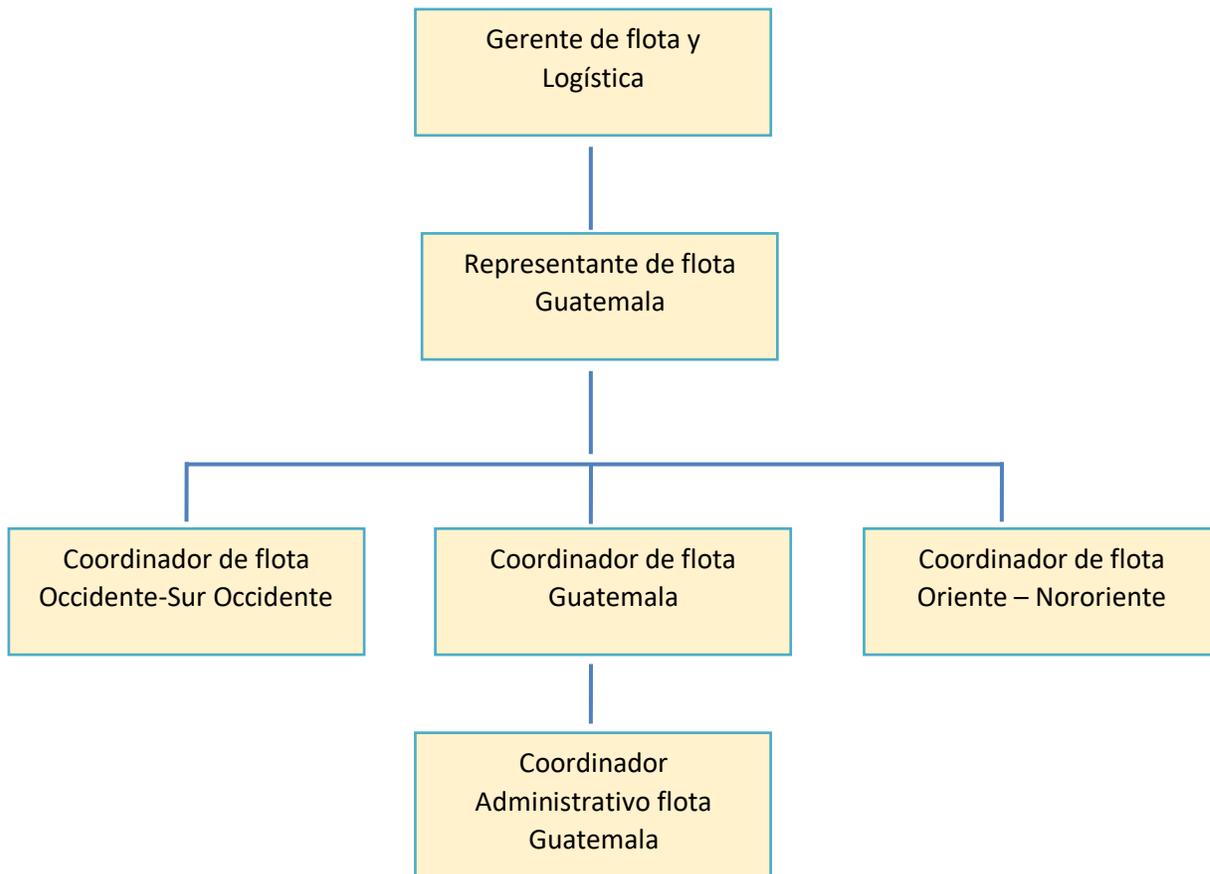
Para alentar a la gente a vivir de forma más saludable- y para responder al creciente deseo de los consumidores por productos más saludables y deliciosos – PepsiCo se compromete a conseguir objetivos globales líderes, incluyendo: Sostenibilidad Humana/Salud y Bienestar, Sostenibilidad Medioambiental.

1.2.8. Público Objetivo

Para el mercado de PepsiCo siendo una marca reconocida internacionalmente, y debido a la calidad del producto, ha ganado un posicionamiento en el mercado mediante los medios de comunicación. Llegando así a todo público desde niños, jóvenes y adultos de todas las edades.

<chromeextension://ihgdgpjankaehldoaimdlekdldkjfghe/viewer.html#https://pepsico.es/pdf/PepsiCo-Corporative.pdf>

1.2.9. Organigrama



Fuente:

Organigrama interno del departamento de flota Guatemala, archivo interno Caricam.

1.3. METODOLOGÍA

Para llevar a cabo el presente diagnóstico de comunicación organizacional interna al departamento de flota, utilizaremos El Método Inductivo (Cualitativo).

“Estudia la realidad en su contexto natural, tal y como sucede, intentando sacar sentido de, o interpretar los fenómenos de acuerdo con los significados que tienen para las personas implicadas. La investigación cualitativa implica la utilización y recogida de una gran variedad de materiales—entrevista, experiencia personal, historias de vida, observaciones,

textos históricos, imágenes, sonidos – que describen la rutina y las situaciones problemáticas y los significados en la vida de las personas”.
“<http://media.utp.edu.co/centro-gestion-ambiental/archivos/metodologia-de-la-investigacion-cualitativa/investigacioncualitativa.doc> (España 1996)”

1.3.1. Descripción del método

Para la elaboración del diagnóstico de comunicación organizacional interna al departamento de flota, se utilizará el método cualitativo, para obtener una perspectiva holística esto tomando en cuenta la cantidad de personas que integran el departamento de flota, a través de la proximidad con cada uno de los miembros del equipo, se considera conveniente utilizar dicho método, con el cual se pretende conocer las técnicas de comunicación organizacional utilizadas y si estas técnicas ayudan a mantener la credibilidad de cada uno de los integrantes del equipo dentro del departamento. Con el método de investigación cualitativa responderemos que canales de comunicación son los utilizados, por ejemplo, los canales informales y los canales formales de comunicación.

1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección

Para poder obtener la mayor cantidad de datos posibles y que éstos sean verídicos y confiables es necesario utilizar la técnica e instrumentos apropiados.

Para lograr dicho propósito primero utilizaremos la Técnica De Observación, “La técnica de observación es una técnica de investigación que consiste en observar personas, fenómenos, hechos, casos, objetos, acciones, situaciones, etc., con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación” (Arturo, 2013). “(<https://www.crecenegocios.com/la-tecnica-de-observacion/> fecha 13 de noviembre de 2,013”

Con base a le técnica pretendemos obtener información de cómo se encuentra la comunicación organizacional interna dentro del departamento de flota. Se observará de qué manera se lleva a cabo los procesos de comunicación organizacional de los gerentes hacia

sus colaboradores, así también en sentido contrario y la comunicación horizontal, ósea de personas con el mismo rango jerárquico.

Se observará las herramientas o los medios que utilizan para llevar a cabo el proceso de comunicación organizacional interna, dentro de la observación verificaremos si existen fallas en el mismo, y poder medir el grado de satisfacción.

La observación nos dará un parámetro general y realista de cómo se encuentra el departamento en cuanto a comunicación interna se refiere.

Se realizará una guía de observación donde se plasmará toda la información recolectada en el proceso de observación.

Luego para obtener información y datos concretos nos enfocaremos en la utilización de la Entrevista A Profundidad Estructurada Individualizada, “Técnica de obtención de información, mediante una conversación profesional con una o varias personas para un estudio analítico de investigación o para contribuir en los diagnósticos o tratamientos sociales”. (Alabuénaga, 2007)

“(Ruiz Olabuénaga, J.I. Metodología de la Investigación Cualitativa. 4ta ed. Balboa: Universidad de Deuston, 2007.)”

La técnica de observación fue el instrumento utilizado para obtención de datos, dicha técnica fue aplicada de forma individual a los gerentes del departamento de flota, así también se aplicó a los colaboradores operativos para obtener el punto de vista de cada una de las divisiones. Y con ello se conoció como se encuentra la comunicación interna, utilizando el método de la entrevista, en relación a lo observado para tener un indicador claro las oportunidades a mejorar en la comunicación interno. Finalizando con la entrevista se realizó un cuadro comparativo para el descubrimiento, semejanzas y diferencias para completar el análisis de la observación

1.3.3. Cronograma del diagnóstico

CRONOGRAMA

No.	ACTIVIDAD	ene-19			feb-19		
		SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 5	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3
1	Curso Propedéutico						
2	Conversación con el gerente del departamento						
3	Fase de observación						
4	Inicio de Diagnóstico (observación)						
5	Solicitud carta de practica EPSL						
6	Entrevista a trabajadores del Departamento de Flota						
7	Visita con asesores EPSL						
8	Transcripción e interpretación de las entrevistas						
9	Visita a asesores EPSL						
10	Elaboración de informe sobre el diagnóstico						
11	Vista con asesores EPSL						
12	Entrega informe del diagnóstico						

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

Guía de Observación

Rosmary Guisela de León Yanes

Elaboración

Departamento de flota PepsiCo, Guatemala

Lugar

Tema a Procesos de Comunicación Organizacional Interna

Observar

Objetivo de la Detectar si existen problemas de comunicación organizacional

Observación interna dentro del departamento de flota

El departamento de flota cuenta con una base central en la calzada San Juan 34-01 zona 7 Guatemala.

La observación que se realizó a lo largo de aproximadamente 5 días en lapsos de 5 horas tanto en horas de la mañana como en la tarde, en las instalaciones del departamento, pudimos encontrar una serie de indicadores que nos pueden dar una pauta de que efectivamente posible que tengan algunos problemas de comunicación interna, Se denotan que la información no se muestra de forma constante ya que cada coordinador no expresa dentro de las reuniones los puntos clave sobre las necesidades, dudas o inquietudes dentro de su rol de trabajo.

Dentro de nuestros objetivos principales está realizar un diagnóstico de las herramientas de comunicación organizacional interna que actualmente están utilizando en el departamento de flota para tener una mejor interacción con el personal y lograr una buena comunicación ascendente, descendente y vertical.

- Iniciando con la observación nos posicionamos en la sala de reuniones la cual se encuentra en la calzada San Juan 34-01 zona 7 en el departamento de Guatemala, pudimos observar que existe una gran cantidad de afluencia de personas y vehículos que transitan por esta calle, lo cual hace ventajosa la ubicación del inmueble donde se encuentran. Sobre la parte frontal de las oficinas no pudimos observar ningún rotulo, que identifique que ahí se encuentran las oficinas de PepsiCo (Ver Imagen No. 1 en Anexos)

Ya al ingresar a las oficinas pudimos darnos cuenta de que el área de recepción es un poco estrecha, en los muros de la recepción se cuenta con las instrucciones básicas y necesarias antes de ingresar.

Podemos decir que es un lugar serio, y poco llamativo cuenta con sillas de espera, una mesa, y garrafón de agua lo necesario para la atención a las personas que lo visitan.

Todo personal que ingresa ya cuenta con una cita previa para poder ingresar al recinto, es por ello que la sala no requiere de más espacio.

Dentro del recinto se encuentra un edificio y en el interior una de las secciones se encuentra ubicada la oficina de flota, en la cual se encuentra una persona y a un costado de lado de la misma, está ubicada una sala de reuniones la cual es utilizada para llevar a cabo todas las reuniones semanales, del equipo del departamento de flota.

- Como parte de la información que nos proporcionaron pudimos ver que, si cuentan con Misión, Visión, así como con el objetivo principal del departamento, el organigrama y quienes conforman el departamento de flota.

Nos informaron que toda calendarización, reuniones, entrenamientos, los llevan bajo un calendario enlazado a su correo electrónico, así también toda información es recibida por mail, o por mensajes de texto WhatsApp.

(Ver Imagen No. 1-2-3-4 en Anexos).

FICHA DE LAS ENTREVISTAS

Entrevista a miembros de gerencia departamento de flota

Ficha No. 1

Nombre	Otto Portillo
Cargo	Gerente de flota y Logística Guatemala
Fecha de entrevista	31/01/2019
Objetivo de la entrevista	Obtener información por parte de los gerentes, acerca de la situación comunicacional interna que se tiene el departamento de flota.

Ficha No. 2

Nombre	Saúl Pérez
Cargo	Gerente de flota Guatemala
Fecha de entrevista	01/02/2019
Objetivo de la entrevista	Obtener información por parte de los gerentes, acerca de la situación comunicacional interna del departamento de flota.



Estructura de las preguntas utilizadas para la realización de la entrevista a los gerentes de del departamento de flota PepsiCo Guatemala.

Epesista: **Rosmery Guisela de León Yanes**

NOMBRE: _____ **FECHA:** _____

PUESTO: _____

ENTREVISTA PARA GERENTES DEL DEPARTAMENTO DE FLOTA
PEPSICO GUATEMALA

1. ¿El departamento de flota cuenta con un manual de procedimientos específicos de cada rol?
2. ¿Al equipo de coordinadores de flota, se les brinda inducción de los procedimientos de sus funciones?
3. ¿A sus colaboradores se les da a conocer el objetivo principal del departamento de flota?
4. ¿Indique que herramientas de comunicación utiliza con mayor frecuencia para dar a conocer una situación de forma inmediata?
5. ¿Tiene un formato específico para recibir informes periódicos de sus coordinadores?

Entrevista a coordinadores del departamento flota

Ficha No. 1

Nombre	Carlos Castillo Castañeda
Cargo	Coordinador de flota, Ciudad Guatemala.
Fecha de entrevista	31/01/2019
Objetivo de la entrevista	Conocer el punto de vista sobre la comunicación organizacional interna del departamento de flota.

Ficha No. 2

Nombre	Carlos Castillo García
Cargo	Coordinador flota, Occidente
Fecha de entrevista	31/01/2019
Objetivo de la entrevista	Conocer el punto de vista sobre la comunicación organizacional interna del departamento de flota.

Ficha No. 3

Nombre	Luis Garrido
Cargo	Coordinador de flota Oriente
Fecha de entrevista	31/01/2019
Objetivo de la entrevista	Conocer el punto de vista sobre la comunicación organizacional interna del departamento de flota.



Estructura de las preguntas utilizadas para la realización de la entrevista a coordinadores del departamento de flota PepsiCo Guatemala.

Epesista: **Rosmery Guisela de León Yanes**

NOMBRE: _____ **FECHA:** _____

PUESTO: _____

ENTREVISTA PARA LOS COORDINADORES DEL DEPARTAMENTO DE FLOTA

1. De los siguientes aspectos, seleccione los presentados y dados a conocer al momento de incorporarse al departamento:
2. ¿Por qué medio le fue transmitida la información al momento de incorporarse?
3. ¿Siente que hay una comunicación eficiente de doble vía con su jefe inmediato?
4. ¿Siente suficiente confianza y libertad para discutir problemas sobre su trabajo?
5. ¿La información que usted presenta de forma ascendente es tomada en cuenta?
6. ¿Recibe retroalimentación de su superior sobre su desempeño?
7. ¿Considera que la comunicación horizontal es satisfactoria y genera resultados exitosos?
8. ¿Cree que la comunicación por medio de dispositivos electrónicos es eficiente?
9. ¿Qué otro medio de comunicación sugiere para que la transmisión de mensajes sea eficiente?

1.4.1. Gráficas e interpretación de resultados

Tablas Comparativas, Puntos de Acuerdos y Disensos entre Entrevistados

Tabla comparativa de entrevista a gerentes y coordinadores

1. ¿La comunicación se manifiesta de forma efectiva, clara y de absoluta confianza?		
	Puntos de Acuerdo	Puntos de Disensos
Gerentes	La comunicación no es de total satisfactoria	
Coordinadores	Es poca la comunicación	No cuentan con la suficiente confianza, para comunicarse con más frecuencia
2. ¿El departamento cuenta con manuales de procedimientos, específicos para cada rol?		
	Puntos de Acuerdo	Puntos de Disensos
Gerentes	No cuentan con manuales de procedimientos	
Coordinadores	No cuentan con manuales de procedimientos	
3. ¿Al equipo de coordinadores de flota, se les brinda inducción de los procedimientos de sus funciones?		
	Puntos de Acuerdo	Puntos de Disensos
Gerentes	Si	
Coordinadores	Si	
4. ¿A sus colaboradores se les da a conocer el objetivo principal del departamento de flota?		
	Puntos de Acuerdo	Puntos de Disensos
Gerentes	Si	
Coordinadores		No, cuentan con metas claras

5. ¿Qué cambios considera necesarios realizar para mejorar la comunicación dentro del departamento de flota?		
	Puntos de Acuerdo	Puntos de Disensos
Gerentes	Manuales de procedimientos, procedimientos icnográficos	
Coordinadores	Manual de Procedimientos	

1.5. RADIOGRAFIA DE LA INSTITUCIÓN

FODA

Luego de poner en práctica el método de la observación y de haber utilizado como instrumento de recolección de datos la entrevista a profundidad podemos enumerar lo que son las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas con las que cuenta el departamento de flota, PepsiCo Guatemala.

1.5.1. Fortalezas

- Mediante la utilización de las redes sociales corporativas, se mantiene un equilibrio de cultura digital, (Skype, WhatsApp, SharePoint).
- Todos los coordinadores cuentan con un teléfono inteligente, para poder establecer comunicación.
- Todos los coordinadores cuentan con una computadora portátil, y esto les da facilidad para poder movilizarse y así cumplir con su trabajo fuera de la oficina, utilizando los diferentes canales de comunicación como, correos electrónicos, chats, servicio de video llamadas para mantener la comunicación constante.

1.5.2. Oportunidades

- Para que la comunicación interna añada un valor estratégico, se le dará el seguimiento adecuado a los procesos de gestión, los cuales pueden ser calificados, con el propósito de mejorarlos.
- Fortalecer la gestión de comunicación y formalizar el seguimiento de los avances para fortalecer un modelo de comunicación efectiva.
- Mejorar el control de información sobre los procedimientos de trabajo.

1.5.3. Debilidades

- No están suficientemente bien organizados bajo la comunicación descendente.
- No cuentan con las herramientas de comunicación adecuadas, para cumplir con su rol de trabajo.
- La comunicación interna es deficiente, ya que no se cuenta con una estrategia o proceso de información adecuado.

1.5.4. Amenazas

- No cuentan con un presupuesto asignado para realizar procedimientos de trabajo para cada una de las áreas.
- La dificultad en la circulación de información se hace presente en la falta de colaboración y compromiso de los colaboradores dentro del departamento y esto puede crear dificultad en la operación y pérdida de productividad.
- La falta de manuales de procedimientos adecuados perjudica la retroalimentación creando así información errónea dentro del departamento de flota PepsiCo Guatemala.

CAPITULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1. ANTECEDENTES DEL ÁREA O DEPARTAMENTO

El departamento de flota PepsiCo Guatemala, tiene como objetivo principal administrar y brindar servicio a su cliente interno que utiliza vehículos tipo camión.

El departamento de flota no cuenta con los recursos económicos para llevar a cabo e implementar algunas estrategias o plan de comunicación interno que les permita mejorar la comunicación entre los coordinadores y gerentes, por lo anterior mencionado el presente trabajo que se está realizando en el departamento de flota será el primero que se lleve a cabo. Con el cual se pretende mejorar y dar soluciones a los problemas comunicacionales internos que se pudieron detectar en el diagnóstico comunicacional que se realizó previamente, en el cual se evidenciaron varios problemas, como por ejemplo: No existen los medios adecuados para que los coordinadores puedan dar a conocer sus inquietudes o sugerencias a los gerentes del departamento, no cuentan con material visible de una programación mensual sobre actividades, y no existe un procedimiento adecuado sobre el trabajo que deben llevar a cabo.

2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1. Objetivo General

Fortalecimiento de la imagen interna, para el departamento de flota.

2.2.2. Objetivos Específicos

1. Implementar un proceso de comunicación, realizando manuales de procedimientos como una herramienta efectiva de comunicación organizacional para mejorar flujo de información, y que permita mejorar la comunicación interna en el departamento de flota.

2. Crear una herramienta apropiada que sirva para que los coordinadores y gerentes de flota puedan intercambiar o expresar sus dudas, inquietudes o sugerencias.
3. Así también fortalecer la imagen interna y para que sus integrantes se sientan comprometidos e identificados en el departamento de flota.

2.3. PÚBLICO OBJETIVO

El presente plan de comunicación se realizará en las instalaciones de Fábrica de productos Rene (FritoLay), y por ser un proyecto de carácter interno se tiene como grupo objetivo tanto a los coordinadores y gerentes que laboran en el departamento de flota. Todos los integrantes son personas comprendidas entre las edades de los 30 a los 38 años de edad, dentro de los cuales el 100% son hombres, de clase social media a alta, con una escolaridad media.

2.4. EL MENSAJE

“La comunicación asertiva basada en la confianza, da el valor a las opiniones, derechos, sentimientos promoviendo un excelente trabajo en equipo”

2.5. ESTRATEGIAS

1. Fortalecimiento de la imagen institucional PepsiCo en el departamento de flota Cubriendo así las necesidades de información que tiene el departamento.
2. Implementar un instrumento de comunicación apropiado que sirva para los integrantes del departamento de flota puedan informarse, intercambiar o expresar sus dudas, inquietudes o sugerencias, con respecto a temas relacionados a su rol de trabajo, y estas sean puestas en mesa de dialogo con el fin de buscar soluciones o brindar aportaciones de grandes beneficios para una productividad laboral.

2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Acción 1	
A qué estrategia responde la acción	Fortalecimiento de la imagen institucional PepsiCo en el departamento de flota
Problema	Se pudo observar que no cuentan con una herramienta que les permita a los coordinadores tener una amplia información sobre su rol de trabajo.
Producto	Manual de procedimiento administrativo, operativo.
Objetivo comunicacional	Implementar y fortalecer la comunicación, con la creación de un manual de procedimientos administrativos y operativos.
Público objetivo	Coordinadores y gerentes del departamento de flota
Medio de difusión	El manual de procedimiento será un documento impreso de tamaño media carta, con un tipo de letra Arial, fuente 12, encuadernado en color azul institucional, con el logotipo del departamento de flota en color dorado. También se estará entregando dicho documento de forma digital en CD, y este será agregado al archivo interno del departamento en forma digital, se entregará 1 copia impresa al feje del departamento de flota y un CD para el archivo digital.

Acción 2	
A qué estrategia responde la acción	Fortalecimiento de la imagen institucional PepsiCo en el departamento de flota
Problema	Se pudo observar que no cuentan con una herramienta que les permita a los coordinadores tener una amplia información sobre su rol de trabajo al momento de integrarse al departamento.
Producto	Creación de material audio visual.
Objetivo comunicacional	El video de introducción formara parte del manual de procedimientos del departamento de flota.
Público objetivo	Coordinadores y gerentes del departamento de flota
Medio de difusión	Se convocará a una revisión para la presentación del video audio visual ilustrativo, el video será realizado en la plataforma de Powtoon el cual durara un máximo de 2 minutos y, el material será utilizado para darla la bienvenida a futuros coordinadores que se integren al departamento de flota. Se estarán dejando 1 CD.

Acción 3	
A qué estrategia responde la acción	Implementar un instrumento apropiado que sirva para todo el departamento de flota y puedan informar.
Problema	No existe comunicación de forma ascendente y descendente en el departamento de flota y la información no es expresada de forma adecuada.
Producto	Cartelera informativa.
Objetivo comunicacional	Que los coordinadores y gerentes estén informados.
Público objetivo	Coordinadores y gerentes del departamento de flota
Medio de difusión	Utilizando un canal de información visual, se instalará una cartelera informativa de 40cm de ancho por 60 de largo la mitad de esta cartelera será de material corcho en el cual se colocará información mensual sobre las actividades que tendrá el equipo de flota sobre el cual se detallará las giras programadas durante el mes que tendrá cada coordinador, detalle de vacaciones programadas, cumpleaños del mes, entre otras.

Acción 4	
A qué estrategia responde la acción	Implementar un instrumento apropiado que sirva para todo el departamento de flota y puedan informar.
Problema	No existe comunicación de forma ascendente y descendente en el departamento de flota y la información no es expresada o recibida de forma adecuada.
Producto	Buzón de sugerencias
Objetivo comunicacional	Que los coordinadores puedan exteriorizar de una manera anónima o no, sus inquietudes y sugerencias y estas sean puestas en mesa de diálogo para ser resueltas o implementar nuevos aportes.
Público objetivo	Coordinadores del departamento de flota
Medio de difusión	Dicho buzón será colocado en la oficina central de archivo, estratégicamente es un lugar que está siendo visitado semanalmente por los coordinadores. Construido en madera de pino y tendrá las siguientes medidas: 15cm de alto por 20cm de largo y 15cm de ancho. A un lado tendrá un espacio donde estarán las hojas con el formato para que llenen las sugerencias. En la parte frontal llevará la siguiente información: el logotipo y nombre del departamento, así también se colocará la palabra buzón de sugerencias, tendrá un candado de seguridad para que solo la persona encargada (asistente

administrativa) sea quien revise y transmita las sugerencias encontradas al equipo de flota quienes se reúnen una vez al mes, por lo que dicho buzón se estará revisando mensualmente. Además del buzón se creará un formato para el llenado de las sugerencias el cual contendrá los siguientes datos:

Un encabezado con el nombre y logotipo del departamento de flota, un área de nombre en el cual pueden escribir quien hace la sugerencia o bien lo pueden dejar como anónimo. Fecha, para saber cuándo se hizo la sugerencia. El asunto, en el cual pueden escribir el tema que desean discutir en la parte de contenido; pueden redactar de manera completa su sugerencia o inquietud. Se convocará a una reunión de información, en la cual se les dará la instrucción del llenado de la hoja de sugerencias y los beneficios que el buzón tendrá en la comunicación ascendente del departamento de flota.

CRONOGRAMA

PLAN DE COMUNICACIÓN DEPARTAMENTO DE FLOTA						
ACTIVIDADES	Marzo			Abril		
	2	3	4	2	3	4
Semana segunda fase EPS en el edificio M2						
Fase presentación diagnostico al jefe del departamento de flota						
Elaboración plan de comunicación.						
Entrevista con Asesor Lic. Josue Andrade revisión del plan de comunicación.						
Correcciones al documento, plan de comunicación						
Entrega del plan de comunicación						

PRESUPUESTO

Estimación del costo para la ejecución del plan de comunicación.

PRESUPUESTO PLAN DE COMUNICACIÓN DEPARTAMENTO DE FLOTA				
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Costo Total	Financiamiento
1	Buzón de sugerencias elaborado en madera	Q100.00	Q100.00	Epesista
1	Carteletra	Q219.00	Q219.00	Epesista
1	Memoria USB de 5GB marca Kingston	Q50.00	Q50.00	Epesista
1	Elaboración y Diseño Manual de procedimiento.	Q2,500.00	Q2,500.00	Epesista
5	Refacciones para revisión del manual de procedimiento.	Q25.00	Q125.00	Epesista
1	Resma de Papel bond tamaño carta	Q45.00	Q45.00	Epesista
2	Impresión , Manual de procedimiento.	Q10.00	Q20.00	Epesista
2	Encuadernado, Manual de procedimiento.	Q125.00	Q250.00	Epesista
1	Edición de video de inducción.	Q2,500.00	Q2,500.00	Epesista
1	Locución de video Manual de procedimiento.	Q500.00	Q500.00	Epesista
2	Grabaciones de CD con el video de inducción.	Q5.00	Q10.00	Epesista
1	Asesoría comunicacional profesional.	Q5,000.00	Q5,000.00	Epesista
	Total, del proyecto		Q11,319.00	

CAPITULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. PROYECTO DESARROLLADO

“Estrategias comunicacionales para el fortalecimiento de la imagen interna en el departamento de flota PepsiCo Guatemala”.

La comunicación como un recurso necesario y de gran valor que enriquece la eficacia de los objetivos de una empresa la importancia que tiene la comunicación dentro de un ámbito laboral, y sus formas ascendentes, descendente como horizontal. Es por ello que en la ejecución de este trabajo se implementaron herramientas que puedan contribuir a que la comunicación interna y esta sea fluida en todos los sentidos.

Debido a la necesidad evidenciada en el diagnóstico realizado previamente a el departamento de flota PepsiCo Guatemala, se pudo comprobar que la mayoría de los colaboradores no se sienten integrados por completo dentro del departamento y sus diferentes fusiones la mayoría de ellos no tenían el sentido de pertenencia que debe de existir en cualquier organización. Por lo que se fortaleció la imagen interna en el departamento de flota.

3.1.1. Financiamiento

Los gastos económicos que se generaron para la ejecución de las acciones propuestas en el proyecto comunicacional en el departamento flota Guatemala PepsiCo. Fueron absorbidas por el Epesista encargado del proyecto, así como también por colaboración de familiares.

En la siguiente tabla se ven reflejadas las cantidades que cada uno aportó para la realización del proyecto:

Financista	Aporte
Rosmery Guisela de León Yanes	Q10,000.00
Jans Kenny López Noriega	Q1,000.00
Total	Q11,000.00

3.1.2. Presupuesto ejecutado

Dentro del presupuesto ejecutado, del proyecto comunicacional fue administrado casi en su totalidad con el presupuesto presentado en el plan de comunicación, siempre con algunos cambios en cantidades al momento de realizar la ejecución.

En la siguiente tabla se muestra lo ejecutado:

PRESUPUESTO EJECUTADO PARA EL PLAN DE COMUNICACIÓN
DEPARTAMENTO DE FLOTA PEPSICO GUATEMALA.

PRESUPUESTO PLAN DE COMUNICACIÓN DEPARTAMENTO DE FLOTA

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Costo Total	Financiamiento
1	Buzón de sugerencias elaborado en madera	Q100.00	Q100.00	Patrocinado
1	Carteletra	Q219.00	Q219.00	Patrocinado
1	Memoria USB de 5GB marca Kingston	Q50.00	Q50.00	Epesista
1	Elaboración y Diseño Manual de procedimiento.	Q2,500.00	Q2,500.00	Epesista
5	Refacciones para revisión del manual de procedimiento.	Q25.00	Q125.00	Epesista
1	Resma de Papel bond tamaño carta	Q45.00	Q45.00	Epesista
2	Impresión , Manual de procedimiento.	Q10.00	Q20.00	Epesista
2	Encuadernado, Manual de procedimiento.	Q125.00	Q250.00	Epesista
1	Edición de video de inducción.	Q2,500.00	Q2,500.00	Epesista
1	Locución de video Manual de procedimiento.	Q500.00	Q500.00	Epesista
2	Grabaciones de CD con el video de inducción.	Q5.00	Q10.00	Epesista
1	Asesoría comunicacional profesional.	Q5,000.00	Q5,000.00	Epesista
Total, del proyecto			Q11,319.00	

Financista	Aporte
Patrocinado	-Q319.00
Apoyo Familiar	Q1,319.00
Epesista	Q10,000.00
Total	Q 11,000.00

3.1.3. Beneficiarios

Siendo un proyecto comunicacional interno las personas que se vieron beneficiadas con las diferentes estrategias y acciones que se realizaron fueron:

- a. Gerente del departamento de flota, ahora cuenta con herramientas que les permite mantener una fluidez de información con sus colaboradores y nuevos integrantes al departamento de flota Guatemala.
- b. A los Coordinadores del departamento de flota, ya que cuentan con una herramienta de información sobre los procedimientos de cada de sus áreas y podrán informarse de todas las funciones laborales paso a paso, así como la posibilidad de lograr tener una comunicación más fluida con los gerentes del departamento de flota, para dar a conocer sus sugerencias e inquietudes.
- c. Personas que frecuentan a las instalaciones del departamento de flota, ya que podrán aportar sus sugerencias o inquietudes.

3.1.4. Recurso Humano

Para lograr que la implementación de las acciones propuestas haya sido posible participaron diferentes personas que de una u otra manera contribuyó a la realización de estas, a continuación, se detalla:

Nombres	Actividades que se realizaron
Berta García, aserradero Santa Rosa.	Elaboración de buzón de sugerencias
Juan José Chávez	Edición, grabación y musicalización profesional
Jans López	Elaboración de imagen para buzón de sugerencias.
Rosmery de León Yanes	Actividades varias.

3.1.5. Áreas Geográficas de Acción

El proyecto comunicacional fue realizado específicamente en las instalaciones de Fábrica de productos alimenticios Rene, departamento de Flota PepsiCo Guatemala, las cuales se encuentran ubicadas en la calzada San Juan 34-01 zona 7 en la ciudad de Guatemala.

3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

A. Presentar una herramienta de comunicación oficial, para que los colaboradores del departamento de flota puedan dar sus sugerencias, mediante un buzón, el cual será ubicado en la oficina principal del departamento y será revisado mensualmente, para conocer las inquietudes que tienen los colaboradores.

Buzón de Sugerencias (ver anexo C1)

a) Objetivo: contar con una herramienta que sirva a los coordinadores del departamento de flota para dar a conocer sus sugerencias o inquietudes, y estas sea expuestas a dar soluciones en cada reunión mensual. Y que con esto se cumpla de una mejor manera la comunicación ascendente.

b) Público objetivo: coordinadores, asistente de flota y jefes de taller que son parte del equipo de trabajo del departamento de flota.

c) Medio Utilizado: buzón de sugerencias, elaborado en madera y colocado en el interior de la oficina principal del departamento de flota.

d) Resultados: en el primer mes de haber sido colocado el buzón en la radio, se recibieron 4 sugerencias de las cuales 1 fue tomada en cuenta de inmediato debido a que eran factible de realizar y que no necesitaban de recursos para hacerlo. Las otras 3 quedaron pendientes de analizar y buscar soluciones en los meses siguientes.

Los gerentes del departamento comentaron que esta medida es de beneficio para tener visibilidad de la opinión de los integrantes del departamento, ya que anteriormente no contaban con alguna manera eficaz para que los colaboradores pudieran expresar sus inquietudes o necesidades, indicando que en las reuniones que han sostenido no se animan a participar por varios motivos.

B. Utilizando la herramienta cartelera informativa en la oficina principal del departamento se estarán colocando diferentes notas informativas importantes para todos. Por ejemplo: calendario mensual sobre fechas importantes del cierre de operación, programaciones anuales, cumpleaños del mes, reconocimiento al taller con el mejor cumplimiento, etc.

Cartelera Informativa (ver imágenes en anexos C4)

a) Objetivo: hacer uso de la herramienta para mejorar la forma de comunicación interna en el departamento de flota de forma inmediata y conseguir también que sirva para fortalecer la imagen interna.

b) Público Objetivo: coordinadores, asistente y gerentes de flota, y jefes de taller que visitan las instalaciones del departamento.

c) Medio Utilizado: visual, a través de una cartelera informativa, en la que se estarán colocando diferentes notas de información importante y de relevancia para el departamento.

d) Resultados: gracias a la implementación de la cartelera los coordinadores de flota y personas que han visitado las instalaciones del departamento ahora pueden conocer las actividades mensuales, entre otras informaciones de interés.

Cumpleaños del Mes (ver anexo C4)

a) Objetivo: incentivar a los colaboradores hacerles sentir que son parte de una familia del departamento, agasajándose con un detalle tal vez no grande pero que puede llegar a ser muy significativo en el ambiente laboral.

b) Público Objetivo: coordinadores de flota, gerentes del departamento de flota.

c) Medio Utilizado: cartelera informativa, con una imagen en donde cada mes serán publicadas las fotos y nombres de los que cumplan años en el mes.

d) Resultados: satisfactoriamente se contó con el primer cumpleaños del mes de junio, todos los integrantes del departamento pudieron observar y anticipar el festejo del cumpleaños del mes, todos dieron sus fechas de cumpleaños para que se tenga la base de datos y así poder celebrar a los cumpleaños cada mes y estos no sea olvidados

Comentaron que con la información recibida desde inicio de cada mes es de mucha utilidad ya que se puede coordinar la operación y no iban a olvidar de los festejos como en ocasiones anteriores les pasaba, esta información también fue compartida por medio del correo electrónico para los coordinadores que viven en el interior del país.

Manual de procedimientos flota Guatemala (ver anexos C5 C6)

a) Objetivo: integrar la información en un documento de apoyo, para que puedan desarrollar y desempeñar un trabajo de calidad y que cada colaborador tenga un amplio conocimiento sobre el departamento de flota y sus funciones.

b) Público Objetivo: Coordinadores de flota, coordinador administrativo de flota, gerencia de flota Guatemala.

c) Medio Utilizado: Manual de procedimiento, y guía de procesos administrativos de flota en forma digital.

d) Resultados: se realizó la presentación del manual de procedimientos se tuvo la presencia de la mayor parte de los coordinadores.

Comentaron los mismos colaboradores que será de mucha utilizada ya que no se contaba con un documento que los pudiera guiar y conocer a profundidad las funciones y responsabilidades que tiene el departamento de flota.

Con el documento se tendrá un mejor desenvolvimiento, y conocimiento al realizar sus actividades laborales para los nuevos integrantes.

Video de Inducción (ver anexo C8)

a) Objetivo: contar con un material que sirva de introducción o bienvenida a futuros integrantes al departamento de flota.

b) Público Objetivo: coordinadores de flota, coordinadores administrativos o gerente del departamento de flota.

c) Medio Utilizado: audio visual, video grabado por medio de la plataforma Powton.

d) Resultados: aún no ha sido utilizado, debido a que no hay integrantes nuevos, pero los gerentes se sienten complacidos de contar con un material que le sirva en un futuro.

3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

PLAN DE COMUNICACIÓN DEPARTAMENTO DE FLOTA														
ACTIVIDADES	Abril			Mayo				Junio				Julio		
EPS LICENCIATURA	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
ACCIÓN 1 BUZÓN DE SUGERENCIAS														
Elaboración del buzón y formato para escribir las sugerencias														
Elaboración de formato para escribir las sugerencias														
Reunión informativa sobre el uso del buzón de sugerencias y sus beneficios con todo el personal.														
ACCIÓN 2 CARTELA INFORMATIVA														
Colocación de cartelera informativa														
ACCIÓN 3 CARTELA INFORMATIVA														
Elaboración del calendario presentando, proyección de actividades.														
ACCIÓN 4 REVISIÓN MANUAL DE PROCEDIMIENTOS														
Investigación sobre las diferentes actividades de cada coordinador														
redacción del manual de procedimiento.														
presentación del manual de procedimiento.														
ACCIÓN 5 VIDEO DE INDUCCIÓN														
Grabación en video de introducción.														
Edición y grabación, sonido.														
entrega del video y manual de procedimiento de forma digital														

3.4. CONTROL DE EJECUCIÓN

Acción	Objetivo	Indicador cualitativo	Resultados	Ejecutado
Buzón de sugerencias	Fortalecer la comunicación interna, buscando implementar acciones de mejora	Todos los integrantes del departamento indicaron que es una buena estrategia para dar a conocer sus inquietudes.	Favorable	100%
Cartelera Informativa	Mantener la información de suma importancia	Todos los integrantes del departamento reconocieron que el espacio de información es de mucha utilidad, y están comprometidos a cumplir con los requerimientos dados.	Favorable	100%
Cumpleañero del mes	Integración del equipo	Todos los integrantes del departamento se sienten parte de un equipo.	Favorable	100%
Manual de procedimiento	Fortalecimiento de la imagen corporativa	Se reconoce que la imagen corporativa se ve fortalecida.	Favorable	100%
Video de introducción	Mensaje de bienvenida	Complemento al fortalecimiento a la imagen del departamento.	Favorable	100%

CONCLUSIONES

1. El presente Informe de EPS es una herramienta útil para el departamento de flota PepsiCo Guatemala y público en general ya que a través de un proceso de investigación que se desarrolló durante el Ejercicio Profesional Supervisado se determinó la necesidad de contar con un plan de comunicación interno que facilite la comunicación entre gerentes y coordinadores del departamento.

2. En el departamento de flota, no contaban con un plan de comunicación debidamente estructurado, ni las herramientas adecuadas que permitan generar el proceso de comunicación de una manera fluida y adecuada, por lo que no existía una buena comunicación interna tanto de manera ascendente, descendente como horizontal.

3. La mayoría de los coordinadores trabajaban de manera empírica y no contaban con el conocimiento de las diferentes responsabilidades que debían tomar, esto entorpecía el buen deseo de realizar un trabajo con éxito.

4. Nunca se había realizado una herramienta de información profesional de comunicación que orientara y apoyara el fortalecimiento de la imagen institucional, así como en la elaboración de estrategias y acciones para mejorar el proceso de comunicación interna en del departamento.

RECOMENDACIONES

1. Realizar periódicamente un análisis de comunicación interna por un profesional en comunicación que mediante un diagnostico detecte los problemas de comunicación que existen en el departamento y que a su vez proponga las estrategias necesarias y mediante acciones pueda dar solución a dichos problemas.
2. Realizar actualizaciones sobre cambios en los procesos administrativos y operativos, en base a las necesidades que se presenta la compañía y con ello se busque siempre ventajas sobre el buen desempeño de los colaboradores.
3. Crear acciones o mecanismos para incentivar y premiar el buen desempeño que los colaboradores.
4. Realizar juntas periódicas donde el equipo pueda expresar sus dudas y comentarios hacia la dinámica de trabajo, esto retroalimentara cuales son los objetivos básicos del departamento, fortaleciendo la imagen interna.

GLOSARIO

A

Ambiente laboral: es el conjunto de contextos que contribuyen a lograr la satisfacción o comodidad en el trabajo.

Ambiguo: (expresión, palabra) Que puede entenderse o interpretarse de diversas maneras.
(Persona) que actúa con poca decisión, seguridad o firmeza.

B

Boceto: se refiere al esquema o el proyecto que sirve de bosquejo para cualquier obra. Se trata de una guía que permite volcar y exhibir sobre un papel una idea general antes de arribar al trabajo que arrojará un resultado final.

Bibliografía: es la descripción y el conocimiento de libros. Se trata de la ciencia encargada del estudio de referencia de los textos. La bibliografía incluye, por lo tanto, el catálogo de los escritos que pertenecen a una materia determinada.

Buzón de Sugerencias: este canal de comunicación tiene como objetivo recoger las sugerencias, quejas y reclamaciones de las/los ciudadanas/os sobre el funcionamiento de los servicios que presta una entidad, institución u organización, con el fin de que podamos mejorar su funcionamiento o corregir las disfunciones que puedan producirse.

C

Cartelera informativa: El término cartelera se utiliza para denominar a aquellas estructuras colgantes que se ubican normalmente en paredes o en espacios bien visibles en las cuales se colocan avisos, notificaciones, fechas y diferente información importante para que la gente interesada pueda acceder a ella y estar al tanto de los datos

Camión: Vehículo automóvil grande y potente, que está constituido por una cabina en la que va el conductor y una gran caja o depósito y que está destinado al transporte de carga pesada por carretera.

Coordinador: (persona] que coordina el trabajo de otras personas y los medios que se utilizan para la consecución de una acción común.

Cronograma: es un concepto que se utiliza en varios países latinoamericanos para mencionar a un calendario de trabajo o de actividades.

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

Comunicación Ascendente: se refiere a los mensajes que los empleados envían a sus administradores o a otros que ocupan puestos más altos dentro de la organización.

Comunicación Descendente: es la comunicación que fluye de un nivel del grupo u organización a un nivel más bajo. Es el utilizado por los líderes de grupos y gerentes para asignar tareas, metas, dar a conocer problemas que necesitan atención, proporcionar instrucciones.

Comunicación Horizontal: es aquella que se establece entre miembros de un mismo nivel jerárquico. Pueden ser entre departamentos, grupos o de forma individual, no hay presencia de autoridad y sirven para agilizar la estructura organizativa.

Comunicación Organizacional: consiste en el proceso de emisión y recepción de mensajes dentro de una organización compleja. La comunicación corporativa puede ser interna, es decir, basado en relaciones dentro de la organización; o externa, dirigida a distintos públicos fuera de la organización.

Cuadros Comparativos: es un organizador de información, que permite identificar las semejanzas y diferencias de dos o más objetos o eventos. Está formado por un número determinado de columnas en las que se lee la información en forma vertical. Permite identificar los elementos que se desea comparar.

Comunicador: es una persona como organización que se dedica a transmitir eficientemente un mensaje a un público objetivo a través de un medio de comunicación; también es quien realiza un

D

Diagnóstico: recabar datos para analizarlos e interpretarlos, lo que permite evaluar una cierta condición.

Diseño Actividad creativa que tiene por fin proyectar objetos que sean útiles y estéticos.

E

Estrategias: es el proceso seleccionado a través del cual se prevé alcanzar un cierto estado futuro.

Entrevista a Profundidad: es una técnica de Investigación cualitativa, en la que el entrevistador guía la conversación, pero concede espacio al entrevistado para que exprese sus propios puntos de vista.

F

FODA: es una sigla que se forma con los términos “fortalezas”, “oportunidades”, “debilidades” y “amenazas”. Se denomina análisis FODA al estudio que permite conocer estas características de una empresa o de un proyecto, detallándolas en una matriz cuadrada.

Flota: Conjunto de barcos u otros vehículos de transporte. "una flota pesquera; una flota de taxis; una flota de camiones"

G

Glosario: catálogo alfabetizado de las palabras y expresiones de uno o varios textos que son difíciles de comprender, junto con su significado o algún comentario.

H

Humano: Del hombre o que tiene relación con él.

I

Instrumento: un instrumento es cualquier objeto que se usa como medio para arribar a un fin. Es por lo tanto un medio o recurso, para arribar a lo que se desea conseguir.

Interactuar: ejercer una acción o relación recíproca dos o más personas o cosas.

Imagen Institucional: es el conjunto de elementos que identifican y distinguen a una empresa, institución u organización, como ser las marcas, logotipos, impresos, colores, uniformes, etc.

Inducción: en el aspecto laboral, también es muy utilizado el término inducción, ya que cuando una persona ingresa como nueva en una empresa, el departamento de recursos humanos es el encargado de acompañar a la persona a un recorrido de inducción por las instalaciones de la empresa, así como de proveerle de toda la información referente a la empresa.

J

Justificación: un argumento, una motivación o un principio que sirve para justificar algo.

Jerarquía: organización de personas o cosas en una escala ordenada y subordinante según un criterio de mayor o menor importancia o relevancia dentro de la misma.

L

Lingüística: tiene como objetivo el estudio, la descripción y la explicación de la lengua entendida como un sistema de signos autónomo.

M

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

Método: modo ordenado y sistemático de proceder para llegar a un resultado o fin determinado.

Método Inductivo: es aquel método científico que alcanza conclusiones generales partiendo de hipótesis o antecedentes en particular.

Método Cualitativo: es una técnica o método de investigación que alude a las cualidades es utilizado particularmente en las ciencias sociales; pero de acuerdo a ciertas fuentes también se utiliza en la investigación política y de mercado.

Método Cuantitativo: es aquel que se basa en los números para investigar, analizar y comprobar información y datos; este intenta especificar y delimitar la asociación o correlación, además de la fuerza de las variables, la generalización y objetivación de cada uno de los resultados obtenidos para deducir una población.

Medio de Comunicación: es el elemento o modo utilizado para llevar a cabo cualquier tipo de comunicación. Este término generalmente se refiere a aquellos medios que son de naturaleza masiva, es decir, aquellos cuya comunicación se extiende a las masas.

O

Oportunidades: son los instantes o plazos que resultan propicios para realizar una acción.

Organigrama: es una representación gráfica en la que se describe en un orden jerárquico la organización de una institución, empresa, o conjunto de personas que tengan una labor asignada y que esta tarea sea supervisada y controlada por un superior. En términos gerenciales los diversos niveles administrativos o departamentos conforman los elementos de un organigrama.

P

Público objetivo: el concepto hace referencia a un consumidor representativo e ideal al cual se dirige una campaña o al comprador al que se aspira a seducir con un producto o un servicio.

Plan de Comunicación: es un documento que recoge las políticas, estrategias, recursos, objetivos y acciones de comunicación, tanto internas como externas, que se propone realizar una organización.

Pertenencia: circunstancia de formar parte de un conjunto o grupo.

Proceso de Comunicación: la comunicación consiste en la emisión y recepción de mensajes entre dos o más personas o animales. ... El proceso contempla una “devolución” del mensaje, a través de la cual el receptor se convertirá en emisor, y viceversa.

Profesionalización: es el proceso social por el cual se mejoran las habilidades de una persona para hacerla competitiva en términos de su profesión u oficio.

Proyecto de Investigación: se considera como un proyecto de investigación al plan que se desarrolla antes de la finalización de un proyecto de investigación. Su objetivo es presentar, de forma metódica y organizada, un conjunto de datos e información sobre un problema para formular una hipótesis destinada a su resolución.

R

Recabar: recolectar, reunir o almacenar algo con algún fin.

Recurso: Ayuda o medio del que una persona se sirve para conseguir un fin o satisfacer una necesidad.

S

Semiótica: es un sistema que abarca los signos de comunicación, entre personas, los modos, cómo funcionan y cómo se recibe, en sí es la teoría de los signos.

T

Técnica: una técnica es un conjunto de procedimientos reglamentados y pautas que se utiliza como medio para llegar a un cierto fin.

Tecnología: es la aplicación de un conjunto de conocimientos y habilidades con un claro objetivo: conseguir una solución que permita al ser humano desde resolver un problema determinado hasta el lograr satisfacer una necesidad en un ámbito concreto.

V

Verídicos: Verdadero, o que tiene grandes posibilidades de serlo.

Video de inducción: ilustración audio visual de inducción de personal se conoce como el proceso de incorporación de un nuevo empleado a su puesto de trabajo. Después de todo el proceso de selección para un puesto llega el momento en el que el trabajador se incorpora al lugar de trabajo. Es aquí donde comienza el proceso de inducción

BIBLIOGRAFÍA

Andrade, H. (1991): “Hacia una definición de la Comunicación Organizacional”, en La Comunicación en las Organizaciones. México, Trillas.

Balboa: Universidad de Deuston, 2007.)”. En 4. e. Balboa (Ed.). 4ta. Dueston: Balboa.

Fernández C (1999) La comunicación de las organizaciones 5ta impresión México.

Flores, Z. (2015). Diagnostico Comunicacional. Guatemala: USAC.

Olabuénaga, R. (2007). “ (Ruiz Olabuénaga, J.I. Metodología de la Investigación Cualitativa. 4ta ed.

Ruiz Olabuenaga, J. (2007). Metodología de la Investigación Cualitativa (Vol. cuarta edición). Bilbao: Universidad de Deuston.

Sampieri, R. (1991). Escuela Superior de Comercio y Administración. México D, F: Hill interamericana.

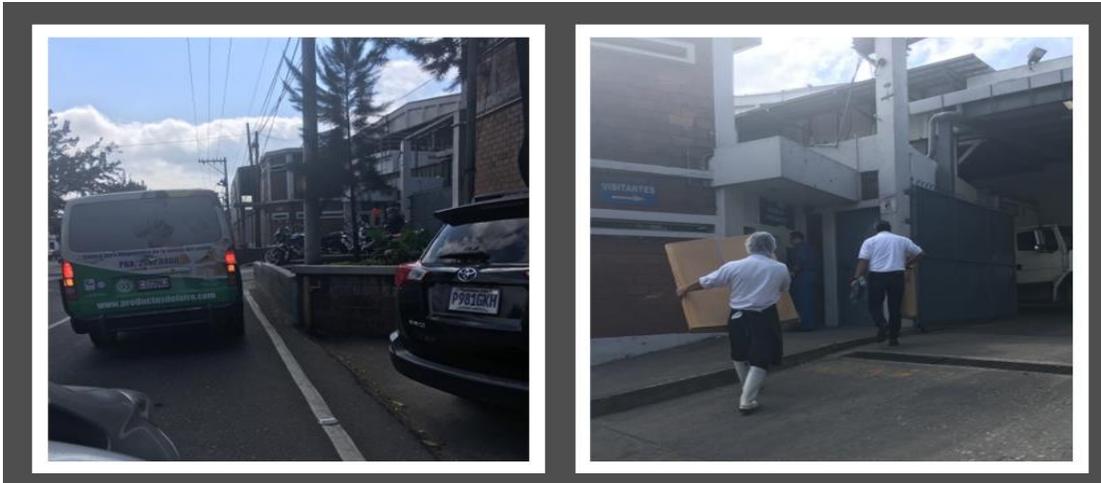
E-GRAFÍAS

Anónimo, A. (13 de noviembre de 2013). crecenegocios.com. Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/la-tecnica-de-observacion/>

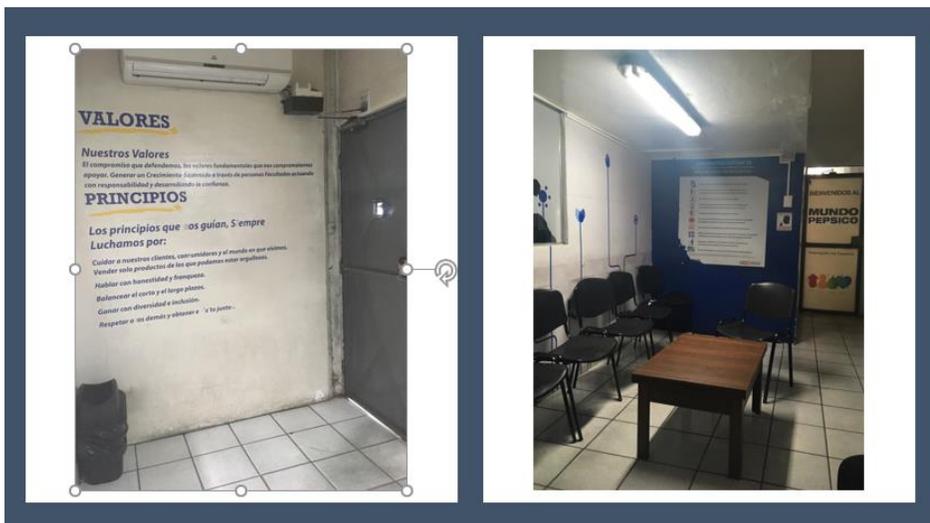
“(<https://www.crecenegocios.com/la-tecnica-de-observacion/> fecha 13 de noviembre de 2,013”

ANEXOS:

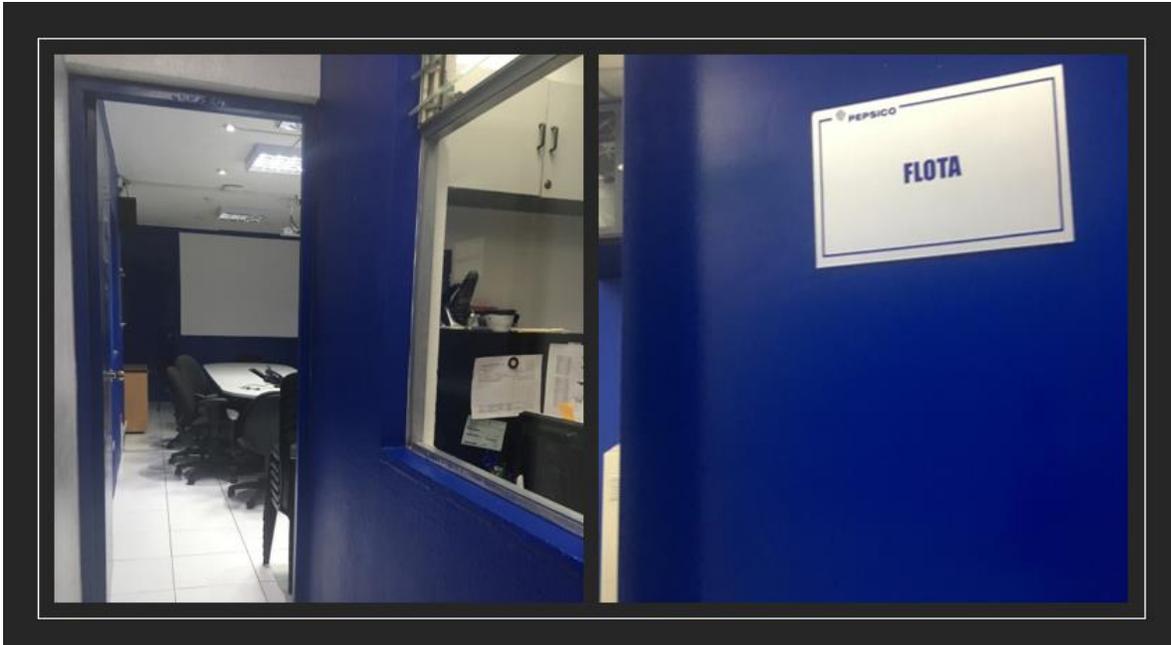
Anexo “A” Diagnóstico



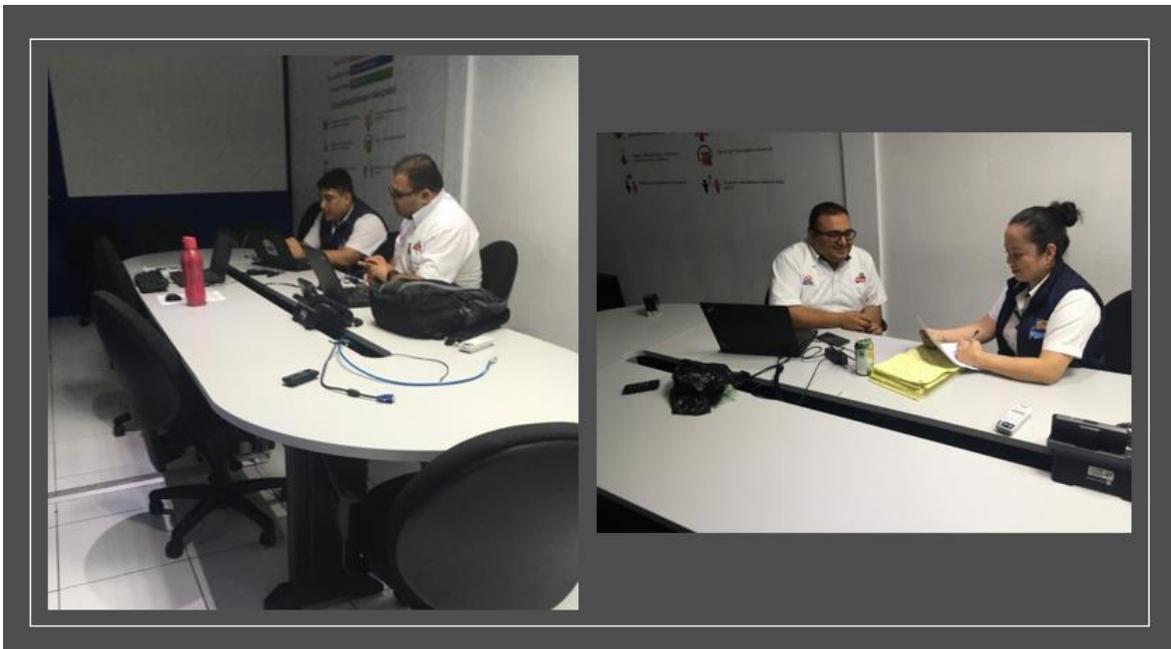
Fuente propia; A1 (Instalaciones del exterior de Fábrica de Productos Alimenticios Rene)
Ciudad de Guatemala.



Fuente propia; A2 (Instalaciones del interior de Fábrica de Productos alimenticios Rene)
Ciudad de Guatemala.



Fuente Propia; A3 (oficina principal del departamento de flota PepsiCo Guatemala)



Fuente propia; A4 (entrevistas a los coordinadores del departamento de flota, dentro de las instalaciones)

Transcripción de entrevistas

Coordinadores de flota

1. De los aspectos, (misión, visión, de la empresa), (metas del departamento de flota), (sus funciones a desempeñar) podría indicarme si cuenta con la información adecuada y de qué forma se le ha dado a conocer?

NOMBRE	Respuesta
Carlos Castillo Castañeda	De forma escrita, si estoy informado con la misión y visión de la empresa, y sobre mis funciones a desempeñar el recibí de forma oral. No cuento con material didáctico

Carlos Castillo García	Todo lo relacionado a la compañía si cuento con información de forma escrita, en cuanto a mi puesto y funciones todo ha sido aprendido y explicado de forma oral
------------------------	--

Luis Garrido	Si cuento con la información de la compañía, tenemos poca información escrita sobre nuestro departamento y las funciones como procedimientos u objetivos.
--------------	---

2. ¿Por qué medio le fue transmitida la información al momento de incorporarse?

NOMBRE	Respuesta
--------	-----------

Carlos Castillo Castañeda	Oral
Carlos Castillo García	Oral
Luis Garrido	Oral

3. ¿Siente que hay una comunicación eficiente de doble vía con su jefe inmediato?

NOMBRE	Respuesta
--------	-----------

Carlos Castillo Castañeda	No
Carlos Castillo García	No
Luis Garrido	No

4. ¿Siente suficiente confianza y libertad para discutir problemas sobre su trabajo?

NOMBRE	Respuesta
--------	-----------

Carlos Castillo Castañeda	Si es necesario porque hay necesidades de hablar, siempre posiblemente en reuniones, el problema es que en las reuniones no participamos todos en algunas ocasiones faltamos por las necesidades y obligaciones que tenemos.
Carlos Castillo García	Es importante tener más comunicación para que las cosas salgan bien.
Luis Garrido	Si es necesario porque hay necesidades de hablar, siempre posiblemente en reuniones, el problema es que en las reuniones no participamos todos en algunas ocasiones faltamos por las necesidades y obligaciones que tenemos.

5. ¿La información que usted presenta de forma ascendente es tomada en cuenta?

NOMBRE

Respuesta

Carlos Castillo Castañeda	no, y es necesario porque hay necesidades de hablar, siempre, El problema es que en las reuniones no participamos todos en algunas ocasiones faltamos por las necesidades y obligaciones que tenemos.
Carlos Castillo García	En ocasiones
Luis Garrido	En pocas ocasiones

6. ¿Recibe retroalimentación de su superior sobre su desempeño?

NOMBRE

Respuesta

Carlos Castillo Castañeda	Poca, no es constante
Carlos Castillo García	No, es constante.
Luis Garrido	No, ha sido de forma constante

7. ¿Considera que la comunicación horizontal es satisfactoria y genera resultados exitosos?

Carlos Castillo Castañeda	Si, hemos obtenido buenos resultado
Carlos Castillo García	Si, mantenemos la comunicación constante.
Luis Garrido	Si, la comunicación nos da dado resultados muy satisfactorios

8. ¿Cree que la comunicación por medio de dispositivos electrónicos es eficiente?

NOMBRE	Respuesta
Carlos Castillo Castañeda	Si, totalmente
Carlos Castillo García	Si, por supuesto
Luis Garrido	Si, totalmente

9. ¿Qué otro medio de comunicación sugiere para que la transmisión de mensajes sea eficiente?

NOMBRE	Respuesta
Carlos Castillo Castañeda	Llamadas, WhatsApp y reuniones
Carlos Castillo García	Llamadas, y reuniones presenciales
Luis Garrido	Llamadas, y reuniones presenciales

Transcripción Completa de las Entrevistas Gerentes de flota

1. ¿El departamento de flota cuenta con un manual de procedimientos específicos de cada rol?

NOMBRE	Respuesta
Otto Portillo	No.
Saul Pérez	No

2. ¿El departamento de flota cuenta con un manual de procesos administrativos y operativos específicos de cada rol?

Otto Portillo	No
Saul Pérez	No

3. ¿A sus colaboradores se les da a conocer el objetivo principal del departamento de flota?

NOMBRE	Respuesta
Otto Portillo	Si
Saul Pérez	Si

4. Nos puede indicar que herramientas de comunicación utiliza con mayor frecuencia para dar a conocer una situación de forma inmediata

NOMBRE	Respuesta
Otto Portillo	WhatsApp, Teléfono Skype
Saul Pérez	WhatsApp, Teléfono Skype

5.¿Tiene un formato específico para recibir informes periódicos de sus coordinadores?

NOMBRE	Respuesta
Otto Portillo	Si.
Saul Pérez	Si

6 . ¿Cómo califica su nivel de comunicación hacia sus coordinadores?

NOMBRE	Respuesta
Otto Portillo	La comunicación es buena
Saul Pérez	No hay mucha interacción

7. ¿Cómo califica el nivel de comunicación de parte de sus coordinadores?

NOMBRE	Respuesta
Otto Portillo	Muy buena
Saul Pérez	buena

8. ¿Qué cambios considera necesarios realizar para mejorar la comunicación dentro del departamento de flota?

NOMBRE	Respuesta
Otto Portillo	Manual de Procedimientos
Saul Pérez	Manual de Procedimientos y procedimientos Icnográficos

Anexo “B” Plan de Comunicación



Fuente propia; B1 (presentación sobre los resultados del diagnóstico a los coordinadores y gerentes)

Buzón de sugerencias B2



Imagen Buzón de Sugerencias. Diseño para la elaboración del Buzón de sugerencias que será utilizado para el proyecto comunicacional del departamento de flota.

Formato de hojas para sugerencias B3

Departamento de Flota Guatemala 

NOMBRE: _____

FECHA: _____

ASUNTO: _____

CONTENIDO: _____

Imagen formato para las hojas de sugerencias. Que será utilizado para el proyecto comunicacional del departamento de flota.

Portada del Manual de Procedimiento de flota B4



Imagen la portada del manual de procedimientos del departamento de flota

Portada del Guía de los Procesos administrativos del departamento de flota B5



Imagen la portada de la guía de los procesos administrativos del departamento flota.

Boceto de la portada del CD B6



Imagen la portada del video de introducción del departamento flota.

Cartelera informativa B7



Imagen de la cartelera informativa del departamento flota.

Boceto de calendario de actividades B8



Imagen boceto del calendario mensual para el departamento flota.

Anexo “C” Informe de Ejecución



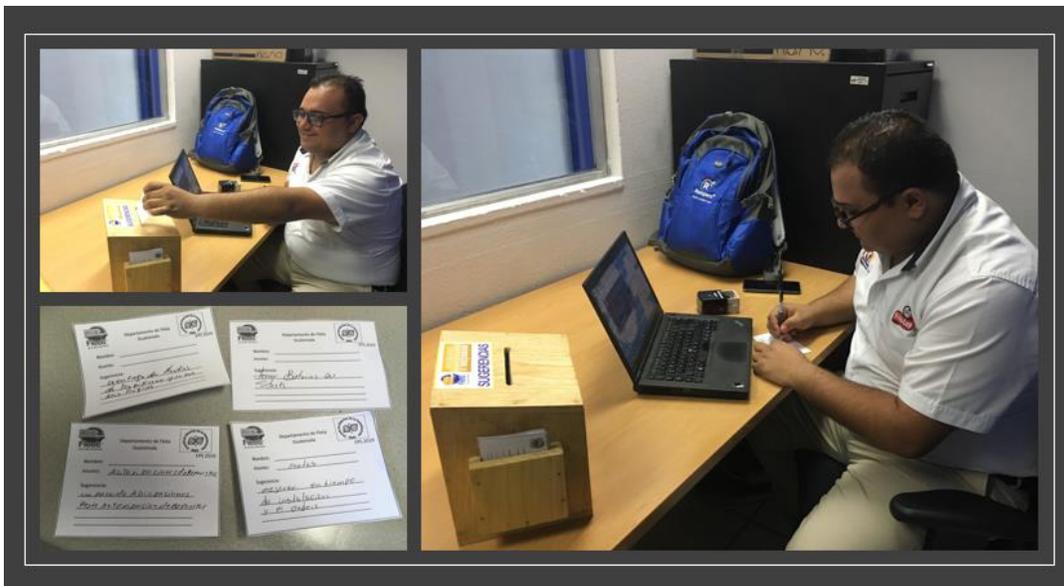
Fuente propia; C1 Buzón de sugerencias

Entrega del buzón de sugerencias, para el departamento de flota con una breve explicación de la utilización de este.



Fuente propia; C2 (presentación sobre el uso del buzón, el llenado de información)

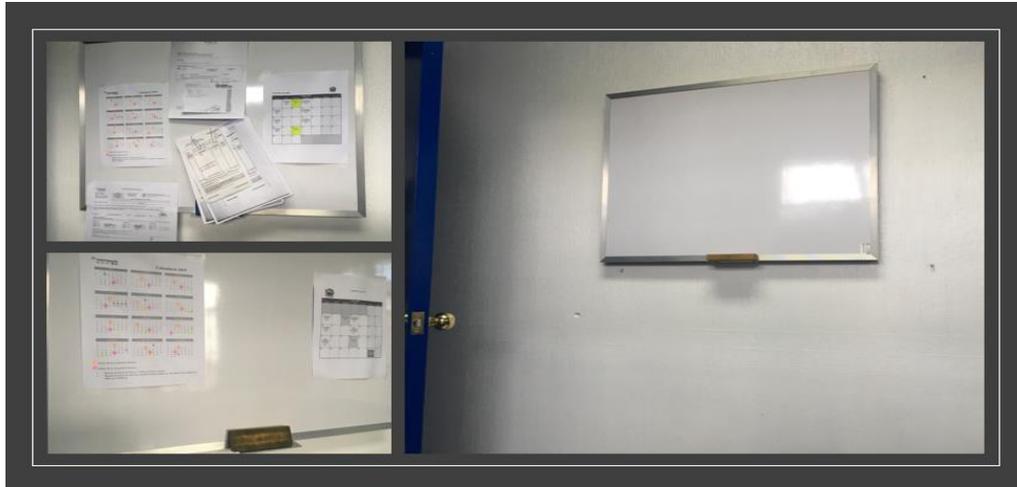
Coordinador realizando la primera sugerencia, durante el primer mes recibieron otras sugerencias y opciones.



Fuente propia; C3 (utilización del buzón de sugerencias en el departamento de flota)

Cartelera informativa C4

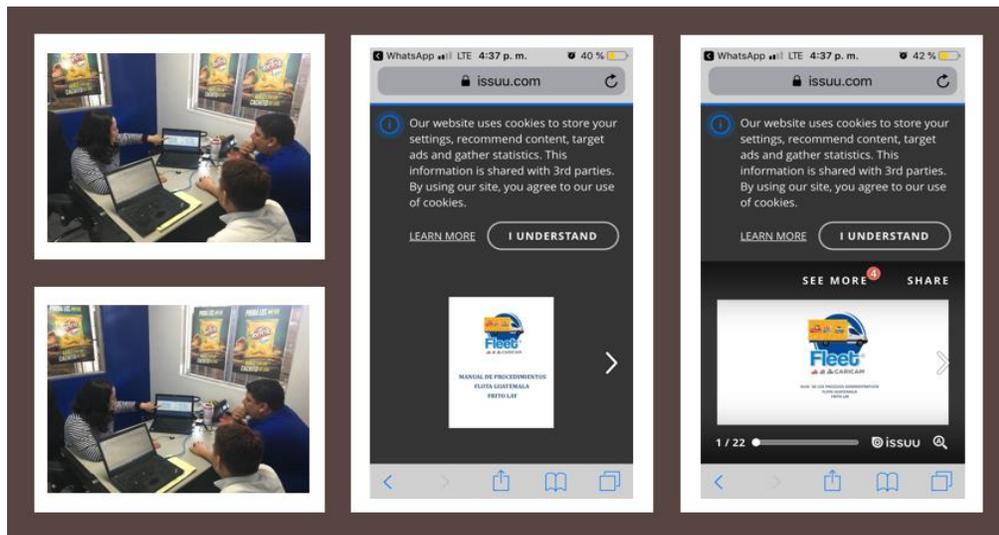
Cartelera informativa con diferentes anotaciones en el primer mes.



Fuente propia; C4 (utilización de cartelera informativa)

Prestación del Manual de Procedimiento

Se realizó la presentación sobre el manual de procedimientos y la guía de procesos administrativos a los coordinadores del departamento, también se compartió el link en Issuu, para que puedan realizar consultas a la guía de forma inmediata.



Fuente propia; C5 (presentación Manual de Procedimiento flota)

Portada de Manual de Procedimientos



Boceto; C6 (portada de los Manuales de Procedimiento flota)

Se realizó una primera convocatoria, en base a las necesidades planteadas en el buzón de sugerencias. Buscando mejoras en la comunicación y apoyo a los colaboradores.



Fuente propia; C7 (primera reunión con todo el equipo de flota y talleres)

Video de Introducción C8



Cotización C8.1

Imágenes sobre el video de introducción para los nuevos integrantes del departamento de flota.





Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Rosmery Guisela de León Yanes
No. Carné y DPI: 200417138 DPI 1787364730101
Jefe o Encargado (a): Ingeniero Otto Portillo, Gerente de Flota Guatemala.
Fábrica de Productos Alimenticios Rene y CIA, SCA. Depto. Flota Guatemala.
Institución o Empresa: Guatemala.
Supervisor de EPSL: Lic. Josue Andrade

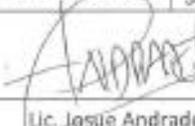
Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 22 / Al: 26	Abril	4	4	4	4	4	8	28 hrs.
2	Del: 29 / Al: 30	Abril	5	5					10 hrs.
3	Del: 2 / Al: 4	Mayo				4	4	8	16 hrs.
4	Del: 6 / Al: 10	Mayo	4	4	4	4	4	8	28 hrs.
5	Del: 13 / Al: 17	Mayo	4	4	4	4	4	8	28 hrs.
6	Del: 20 / Al: 24	Mayo	4	4	4	4	4	8	28 hrs.
7	Del: 27 / Al: 31	Mayo	4	4	4	4	4	8	28 hrs.
8	Del: 3 / Al: 8	Junio	4	4	4	4	4	8	28 hrs.
9	Del: 10 / Al: 15	Junio	4	4	4	4	4	8	28 hrs.
10	Del: 17 / Al: 22	Junio	4	4	4	4	4	8	28 hrs.
11	Del: 24 / Al: 29	Junio	4	4	4	4	4	8	28 hrs.
12	Del: 2 / Al: 6	Julio	4	4	4	4	4	8	28 hrs.

FABRICA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS RENE Y CIA, SCA. DIVISION METROPOLITANA CALZADA SAN JUAN 34-01 ZONA 13 TEL.: 2436-8201 FAX: 2436-8273

TOTAL, DE HORAS DE PRACTICA REGISTRADAS

306 hrs.

(f) 
Ing. Otto Portillo
-Gerente de Flota Guatemala-

(f) 
Lic. Josue Andrade
- Supervisor EPSL -

