

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



**“ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA EMPRESA TENDENCIA
S.A.”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:
MARÍA DE LOS ÁNGELES GARCÍA RODRÍGUEZ

CARNÉ 201016733

Previo a optar el título de:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, octubre 2019

Consejo Directivo

Director

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes

M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trujillo

Representantes Estudiantiles

Gabriela Eugenia Menegazzo

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante de Egresados

M.A. Jhonny Michael González Batres

Secretaria Administrativa

M.Sc. Claudia Molina

Coordinador EPS Licenciatura

M.A. Luis 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, 04 de octubre 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) epesista **María de los Ángeles García Rodríguez** con número de carné: **201016733** de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, realizo el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en "**Taller de Reparaciones**" cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **20 de mayo** al **02 de Agosto** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: "**Estrategia de comunicación interna para la empresa TENDENCIA, S.A.**" entregando el material respectivo y debidamente recibido por: "**TENDENCIA, S.A.**".

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

Atentamente,

Firma y sello

Jorge Luis Baten

Jefe de Taller de Reparaciones

TENDENCIA, S.A.

TENDENCIA, S.A.
PBX: (502) 2303-0000
23 Avenida 15-79 Zona 10
Colonia Alcázar
Guatemala - Guatemala
gt.totto.com





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



Guatemala, 4 de octubre de 2019

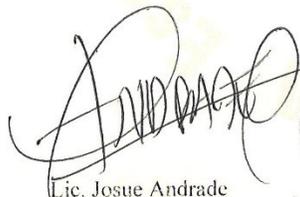
Estudiante
María de los Ángeles García Rodríguez
Carné: 201016733
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

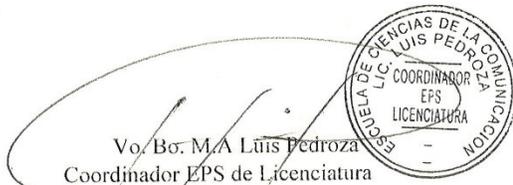
Por este medio informo a usted, que he revisado el informe final de su proyecto de EPS de Licenciatura con título: **“ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA EMPRESA TENDENCIA S.A.”**. El citado trabajo llena los requisitos del rigor del presente programa, por lo cual se emite **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y distribución digital del informe final del EPS de Licenciatura en 5 CD's con el documento en PDF los cuales deberá entregar en las instancias correspondientes para su archivo y publicación.

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



Lic. Josue Andrade
Supervisor EPS de Licenciatura



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





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

DEDICATORIA

- A DIOS:** Por toda la sabiduría y entendimiento, por ser mi centro y mi punto de partida. Por todo el amor e infinita bondad para con mi persona.
- A MI MADRE MARÍA:** Por su amor, entrega y paciencia. Por sus consejos y acompañamiento en este proceso y a lo largo de la vida recorrida.
- A MI PADRE JOSÉ:** Por los ejemplos de constancia y trabajo, por trasladarme los valores fundamentales y contribuir en mi formación humana y profesional.
- A MIS HERMANOS:** Aníbal Antonio, José Leonardo y Xiomara del Carmen por ser pilares y mis ejemplos a seguir.
- A MI NOVIO:** Eduardo Cortez, por su amor, paciencia y compañía, por ser ejemplo de lucha y perseverancia.
- A MI FAMILIA:** A mis abuelitos Q.E.P.D., a mis tíos Rosa Rodríguez y Alberto Barrientos, a mi núcleo familiar por el apoyo directa o indirectamente.
- A MIS AMIGOS:** Ana Lucía, Lesly Rivera, Manuel Alejandro, Saraí Ajanel, Lester Leonel, Renato Pérez, Edmy Franco y Lissette Pineda, por el apoyo brindado en mi recorrido universitario y ser personas incondicionales a lo largo de mi vida.
- A MIS MAESTROS:** Por el apoyo y motivación para la culminación de mis estudios profesionales.

AGRADECIMIENTOS

A la **UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA** por abrirme las puertas del conocimiento y sabiduría, por forjarme como profesional en el ámbito comunicacional.

A la **ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**, por todas las experiencias, conocimiento y oportunidades otorgadas.

A **M.A. LUIS PEDROZA** por el apoyo brindado a lo largo de este proceso.

A **MSC. SERGIO MORATAYA** por el apoyo para cumplir esta meta.

A **Lic. Josué de la Cruz** por la asesoría durante esta etapa, apoyo y confianza.

A **TENDENCIA, S. A.** lugar que me abrió las puertas para poder realizar mi Ejercicio Profesional Supervisado, de manera muy especial a Juan Zauner Gerente General y a Jorge Luis Baten Jefe de Taller de Reparaciones y al personal del Taller de reparaciones que apoyaron en el proceso de este proyecto.

ÍNDICE

RESUMEN	I
INTRODUCCIÓN	II
JUSTIFICACIÓN	III

CAPITULO I

1. DIAGNOSTICO

1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1. Objetivo General... ..1

1.1.2. Objetivo Específico.1

1.2. LA INSTITUCIÓN – TENDENCIA S.A.1

1.2.1. Ubicación Geográfica1

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas1

1.2.3. Antecedentes2

1.2.3.1. Responsabilidad Social2

1.2.3.2. Programación de protección y prevención en la comunidad2

1.2.3.3. Programa de becas escolares en colegio privado.2

1.2.3.4. Valores3

1.2.4. Departamentos3

1.2.5. Misión5

1.2.6. Visión5

1.2.7. Objetivos Institucionales5

1.2.8. Público Objetivo5

1.2.9. Organigrama6

1.3. METODOLOGÍA7

1.3.1. Descripción del método7

1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección.....8

1.3.2.1. Observación8

1.3.2.2. Entrevista8

1.3.2.3 Grupo Focal.....8

1.3.2.4. Cronograma.....	9
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS.....	10
1.4.1. Guía de Observación.....	10
1.4.2. Ficha de entrevistas.....	11
1.4.3. Resultado de las entrevistas.....	12
1.4.4. Tablas comparativas.....	14
1.4.4.1. Grupo focal.....	14
1.5 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN.....	15
1.5.1. FODA.....	15
1.5.1.2 Fortalezas.....	15
1.5.1.3 Oportunidades.....	15
1.5.1.4. Debilidades.....	15
1.5.1.5 Amenazas.....	15

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....	16
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES.....	16
2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....	17
2.2.1. Objetivo General.....	17
2.2.2 Objetivos Específicos.....	17
2.3. PÚBLICO OBJETIVO.....	17
2.4. MENSAJE.....	17
2.5. ESTRATEGIAS.....	17
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN.....	18
2.6.1 Creación de material impreso.....	18
2.6.2. Propuesta de comunicación capacitación 1.....	19
2.6.3. Propuesta de comunicación capacitación 2.....	20
2.6.4. Propuesta de comunicación capacitación 3.....	21

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN ..	22
3.1. PROYECTO DESARROLLADO	22
3.1.1. Financiamiento.....	22
3.1.2. Presupuesto .	22
3.1.3. Beneficiarios .	23
3.1.4. Recursos Humanos.	23
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción .	24
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS	24
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.	25
3.4. CONTROL Y SEGUMIENTO.	26
Conclusiones.	27
Recomendaciones .	28
Glosario de Términos.	29
Bibliografía .	32
E grafía..	32
Anexos .	33
Presentación de Charlas .	44
Fotografías .	46
Evaluaciones .	52
Ficha control horas de práctica .	54

RESUMEN

Nombre de la institución: TENDENCIA, S.A.

Nombre del proyecto: Desarrollo de estrategia de comunicación interna para la empresa TENDENCIA, S.A.

Objetivos del proyecto:

General:

Desarrollar una estrategia de Comunicación interna para la empresa TENDENCIA, S.A. a través de la cual se plantearán soluciones al problema detectado en el diagnóstico comunicacional.

Objetivos Específicos:

- Fortalecer el trabajo en equipo, implementando técnicas y talleres.
- Mejorar la comunicación interna, a través de charlas a los colaboradores.
- Impartir charlas a los colaboradores y entrega de material impreso.

Sinopsis:

TENDENCIA, S.A. es una empresa con más de 19 años en el mercado; cuenta con un Taller de Reparaciones, el cual fue analizado como objeto de estudio para la realización de este proyecto. Como primer paso se realizó un diagnóstico, a través del cual se logró identificar el factor principal que impide el desarrollo de una buena comunicación en el área; siendo este la falta de trabajo en equipo.

Con los resultados obtenidos, se descubrió la importancia de fortalecer la comunicación interna a través de charlas, para mejorar la convivencia laboral. Por tal motivo, el plan de comunicación se enfocó en 3 valores fundamentales como parte de la estrategia; en la ejecución del proyecto se impartieron 3 charlas, cada una enfocada en el valor de la semana. Como parte de las acciones se hizo entrega de material impreso para reforzar la información y crear conciencia en los colaboradores.

INTRODUCCIÓN

La comunicación interna es una herramienta indispensable en toda empresa para su buen funcionamiento. Conocer y aprender nuevas técnicas garantiza el éxito en el fortalecimiento para el ambiente de trabajo de los colaboradores, estableciendo relaciones de calidad, con una cultura incluyente.

TENDENCIA, S.A. empresa dedicada a la comercialización y manejo de marcas, constituida en el país por más de 19 años. Cuenta con varios departamentos y un gran canal de comunicación externa e interna; sin embargo, hay departamentos con deficiencias en comunicación interna, tal es el caso de departamento de Taller de Reparaciones.

Es de esta manera como a través del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura de Ciencias de la comunicación ofrece una solución a TENDENCIA, S.A. implementando estrategias en comunicación interna. A continuación, se presenta el desarrollo del proyecto en beneficio de la empresa.

El Proyecto se divide en tres fases; se inició con la elaboración del Diagnóstico, estableciendo la problemática y enfocando las metodologías y herramientas a utilizar. En el Plan de Investigación se presenta cada estrategia planteada, y en la Ejecución del proyecto se da a conocer detalladamente las acciones ejecutadas, financiamiento y beneficiarios.

JUSTIFICACIÓN

Cada vez más se está reconociendo la importancia de la comunicación interna entre los colaboradores de las grandes y pequeñas empresas, que no sólo buscan establecer relaciones de estabilidad y confianza en el mercado; sino que también buscan la interacción entre sus miembros para su funcionamiento y éxito. Es por ello que la mala o deficiente comunicación interna o externa, es uno de los principales problemas que afectan el logro de los objetivos en las empresas.

Es así como se identificó una necesidad latente en comunicación interna en el Departamento de Taller de Reparaciones en TENDENCIA, S.A., y con el afán de mantener estrechas relaciones entre sus colaboradores, permite que a través de este proyecto se pueda facilitar la circulación e intercambio de información.

Es por ello, la importancia del presente trabajo de investigación para TENDENCIA, S.A., el cual motivará y dinamizará la labor de los miembros del departamento, creando un clima de trabajo agradable, contribuyendo a la mejora de canales de comunicación interna, permitiendo así el funcionamiento ágil y dinámico del área. Es por esta razón que el proyecto tiene enfoque comunicacional.

CAPÍTULO 1

1. Diagnóstico:

Diagnóstico de comunicación interna en el Departamento de Taller de Reparaciones en la Empresa TENDENCIA, S.A.

1.1. Objetivos del diagnóstico

1.1.1. Objetivo General

- Diagnosticar la comunicación interna del taller reparaciones TENDENCIA S.A.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Comprobar si los colaboradores conocen los procesos internos en el área de Taller de Reparaciones de Tendencia S.A.
- Verificar que canal de comunicación es el adecuado para trasladar la información institucional del taller Tendencia S.A.
- Analizar si a los colaboradores se les capacita constantemente en temas de trabajo en equipo.

1.2. La Institución: TENDENCIA, S.A.

1.2.1. Ubicación geográfica:

23 avenida 15-79 zona 10, Colonia Alcázar.

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas:

- Con Bancos seleccionados (Banco Industrial, BAC Credomatic, Promerica), Call Centers seleccionados (Telus - Allied Global).
- En temporadas se han asociado con empresas que complementan los intereses de nuestros clientes y podemos manejar tráfico cruzado. (Ejemplo: Adoc - en temporada escolar, Fox - lanzamientos de películas, Algunos centros comerciales para apoyar temporadas puntuales, entre otras.)

1.2.3. Antecedentes o Historia:

Hace más de 19 años nace una historia de fe, trabajo y dedicación, Tendencia S.A. Proyecto liderado por Juan Zauner y Piedad Bernal. A finales del año 2000, se presentó la oportunidad de manejar la franquicia en Guatemala. La propuesta ocurre en Colombia y tras tres meses de escribir su historia, se inician con tres vendedoras, siete tiendas en mente, una computadora, un garaje invadido con cajas y productos. Hoy por hoy es una empresa reconocida, comprometida, consolidada que cuenta con **240** colaboradores y **37** puntos de venta en donde se cree en una cultura incluyente, permitiendo abrir la mente de los colaboradores, enriqueciendo relaciones de calidad y fortaleciendo el trabajo en equipo.

Los socios han mantenido una política permanente de crecimiento con una estructura financiera sólida y conservadora, y con un claro sentido de responsabilidad social.

1.2.3.1. Responsabilidad Social

Es así como desde varios años apoyan en el sostenimiento y administración del Centro de Cuidado infantil diario "Nuestra Sagrada Familia", en zona 5 de Ciudad de Guatemala, en donde ofrecen dos programas:

1.2.3.2 Programación de protección y prevención en la comunidad

Diariamente se reciben en el Centro a más de 90 niños menores de edad (entre 1 y 12 años), a quienes les brindamos alimentación, cuidado, estimulación y refuerzo escolar, brindando a los padres la oportunidad de trabajar, mientras sus hijos están en un ambiente sano y protegido.

1.2.3.3. Programa de becas escolares en colegio privado

Se otorgan becas escolares a algunos de los niños usuarios del Centro, en donde se ofrecen tres jornadas: matutina, vespertina o día completo. Las becas en colegio privado son otorgadas a los niños de la jornada vespertina, quienes asisten en la mañana al Centro, y en la tarde estudian en colegio privado.

Hoy se tiene el compromiso de seguir consolidando los procesos, de seguir luchando por mantener un grupo de colaboradores que tienen como principio el actuar con ética y centrados en nuestros valores, lo que asegurara la permanencia a través de los años. Honestidad, Responsabilidad, Constancia, Lealtad, Humildad e Innovación son nuestros valores institucionales, los mismos que rigen nuestros actos y los que nos guían en el día a día.

1.2.3.4. Valores

Los desarrollos y diseños están pensados para adaptarse y satisfacer las necesidades del viajero urbano de forma original, cómoda y versátil, garantizando estándares de excelente calidad. En TENDENCIA, S.A. se trabaja con amor y compromiso con el país, tomando como valores fundamentales:

-Innovación: aplicamos la recursividad al cumplimiento de nuestros objetivos, buscando nuevas y mejores formas de hacer las cosas.

-Lealtad: estamos comprometidos con nuestros clientes, colaboradores, inversionistas y el país.

-Honestidad: somos íntegros, coherentes y justos entre lo que pensamos, hacemos, decimos y sentimos, enmarcados en las leyes de nuestra sociedad.

-Responsabilidad: cumplimos nuestras obligaciones con excelencia desde el principio y hacemos uso correcto de los recursos.

-Humildad: somos respetuosos, amables, cordiales y colaboradores.

-Constancia: somos firmes, perseverantes y recursivos en nuestras acciones.

1.2.4. Departamentos o Dependencias:

- Gerencia General:

Área a cargo de definir el rumbo estratégico de la compañía. Definición de presupuestos de ventas, políticas y lineamientos en general para el correcto funcionamiento de la empresa.

- Talento Humano:

Área a cargo de reclutar y seleccionar personal. Velar por el bienestar de los colaboradores y que se cumplan las políticas y reglamentos de la empresa que estén vigentes. Administración de salarios y pago de planillas. Velar por el cumplimiento en cuanto a lineamientos legales laborales por parte de la empresa.

- Comercial:

Área a cargo de vender los productos a los clientes por medio de los diferentes canales de la compañía: puntos de venta, distribución nacional, cadenas, E-commerce.

- Finanzas:

Área a cargo de los controles contables y financieros de la compañía. Vela por el cumplimiento del presupuesto de gastos, pago de impuestos, cierres mensuales, registro en libros de las operaciones de la empresa.

- Logística-Operaciones:

Área compuesta por las siguientes sub áreas: Logística Administrativa, Bodega, Transporte, Mantenimiento, Taller de Reparaciones, Totto Lab. Este departamento está a cargo del almacenamiento del producto y distribución de este a través de los diferentes canales de comercialización de la empresa.

- Mercadeo:

Área a cargo de la implementación de la estrategia de marca diseñada desde casa matriz. Diseño de material POP para las diferentes temporadas de acuerdo con el año comercial. Implementación de vitrinas, imagen de marca, credo de marca, etc.

- Servicio al Cliente:

Área a cargo de mantener una línea de comunicación directa con los clientes para tenerlos satisfechos con el producto y la atención reciben por parte del personal de la empresa principalmente en tiendas.

- **Proyectos:**

Área a cargo de implementar y desarrollar proyectos tal como instalaciones nuevas, marcas nuevas que la empresa quiera comercializar, etc.

1.2.5. Misión:

Ser una empresa líder en el desarrollo, producción, comercialización de productos de excelente calidad, dentro de un mercado global, fortaleciendo nuestras marcas promoviendo el desarrollo integral de nuestro personal, clientes, colaboradores y accionistas, logrando crecimiento, rentabilidad, solidez, con responsabilidad social.

1.2.6. Visión:

Ser la marca líder global más deseada por los viajeros urbanos.

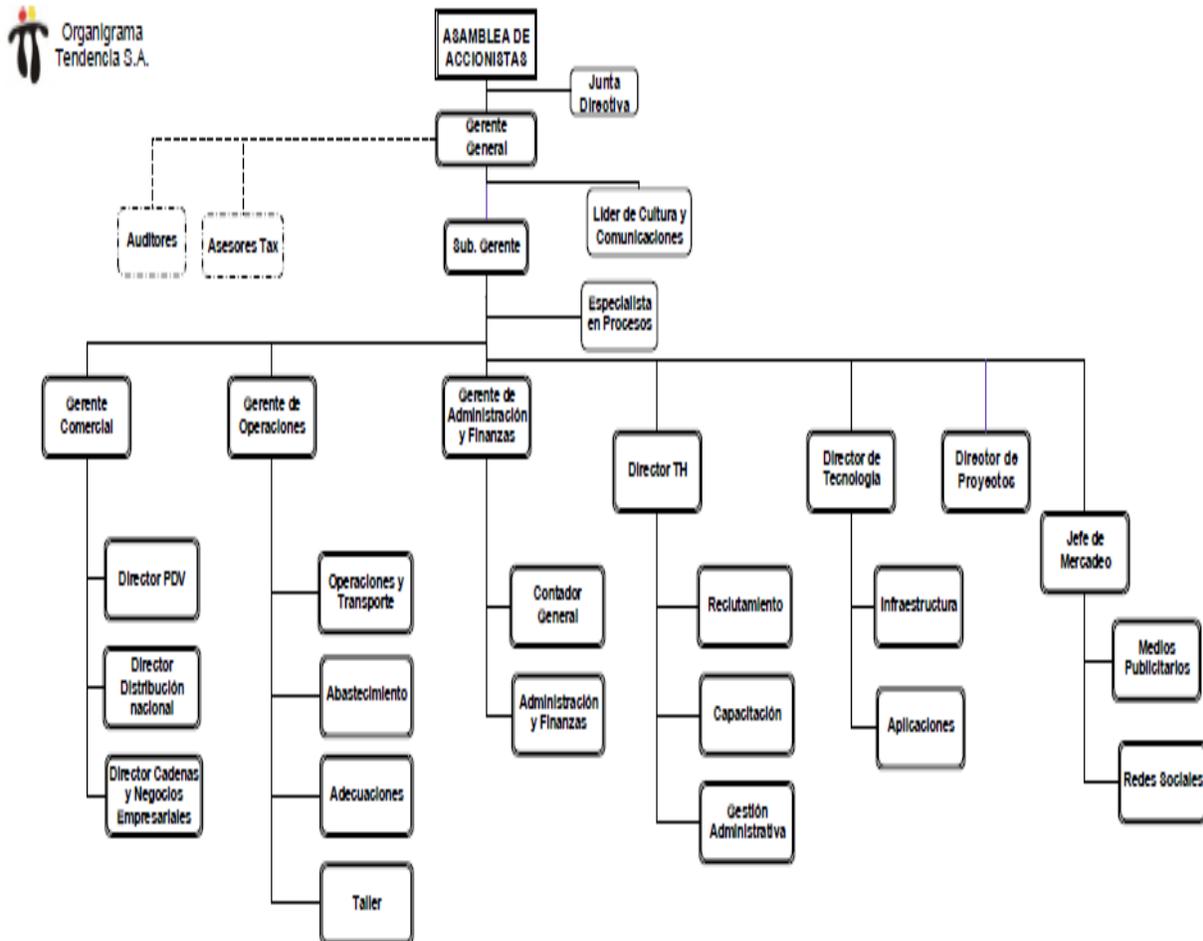
1.2.7. Objetivos Institucionales:

Posicionar y sostener marcas preferidas en la región.

1.2.8. Público Objetivo de la Institución:

Queremos llegar a todos aquellos que tienen algo por decir, a todos aquellos que sienten que su voz no está siendo escuchada, que quieren contarle al mundo todo sobre ellos mismos. Acompañamos a nuestros consumidores en ocasiones de vida distintas, por eso ahora hablamos de Life Styles.

1.2.9. Organigrama:



Fuente: Departamento de Recursos Humanos TENDENCIA S.A.

1.3. Metodología

1.3.1. Descripción del método

Investigación Cualitativa Enfatiza la aplicación del método inductivo. Propone ideas y preguntas sobre el entorno, las condiciones explícitas e implícitas del medio o contexto (geográfico, cultural, social, económico, político, étnico, etc.) en el que se desarrolla el fenómeno, considerando el grado de influencia en el mismo. No se basa en hipótesis preconcebidas, sino que las crea, modifica o cambia durante el proceso de la investigación, el cual es muy flexible. Aplica multiplicidad de técnicas como la observación, la descripción de hechos, la entrevista no estructurada y profunda, la encuesta con preguntas abiertas, etc. Es integral u “holístico” (busca el todo y no las “partes”). (Gabriel Alfredo Piloña. Guía Práctica sobre Métodos y Técnicas de Investigación, Documental y de Campo, octava edición 2011, p.17).

La Investigación cualitativa proporciona profundidad a los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas. (Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio. Metodología de la Investigación. Sexta edición. McGraw-Hill. 2016, p.49).

Según lo citado anteriormente, el enfoque cualitativo se fundamenta en el método inductivo, lo que permitirá conocer, aprender e interpretar el contexto o entorno en el que se desarrollará la investigación, permitiendo la libertad de un análisis interpretativo.

En el departamento de Taller de Reparaciones de la empresa TENDENCIA, S.A se cuenta con un número reducido de personas, es por ello que se consideró adecuado utilizar el método cualitativo para el desarrollo de la investigación. A través de esta metodología se identificarán las relaciones de manera más profunda entre los colaboradores, entendiendo de manera objetiva su relación interna, comportamiento y las herramientas de comunicación utilizadas actualmente.

1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección

1.3.2.1. Observación

Observar, en investigación, significa fijar los sentidos sobre un determinado aspecto, total o parcial, de la realidad del fenómeno que se estudia, y registrar mental, gráfica y descriptivamente este, para su análisis posterior.

De esta cuenta se realizó el ejercicio de observación en Taller de Reparaciones en TENDENCIA S.A., en un espacio que alberga 10 personas distribuidas en dos áreas.

Este primer acercamiento permitirá recolectar datos a través de la percepción dando como resultado el conocimiento claro en el comportamiento del personal.

1.3.2.2. Entrevista

Proceso por medio del cual dos o más personas entran en estrecha relación verbal, con el objetivo de obtener información fidedigna y confiable sobre todo o algún aspecto del fenómeno que se estudia. (Gabriel Alfredo Piloña: Guía Práctica sobre Métodos y Técnicas de Investigación, Documental y de Campo, octava edición 2011, p. 82)

A partir de la observación podemos partir a realizar entrevistas con un enfoque mixto con el afán de obtener mayor información de primera mano. Las entrevistas serán realizadas a cuatro personas del departamento que desempeñan diferentes cargos.

1.3.2.3. Grupo Focal

Con el fin de complementar y enriquecer la investigación y a partir de que se cuenta con un número reducido de personas en el departamento de Taller de Reparaciones, se llevará a cabo un focus group para profundizar en los diferentes puntos de vista, ideas, opiniones. Se elaboró a partir de preguntas realizadas a los colaboradores (as).

1.3.2.4 Cronograma del diagnóstico

Actividades	Inicio	Fin	Duración	Enero				Semana 5	Febrero				Semana 5
				Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4		Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	
Propedéutico Diagnóstico EPS	14/01/2019	18/01/2019	1 Semana										
Acercamiento a la empresa TENDENCIA S.A. para solicitar espacio para realizar el proyecto de EPS	24/01/2019	25/01/2019											
Entrega de formulario para carta de solicitud de prácticas.	26/01/2019	26/01/2019											
Ejercicio de observación y análisis de antecedentes en TENDENCIA. S.A	28/01/2019	31/01/2019											
Recolección de carta solicitud de prácticas.	31/01/2019	31/01/2019											
Reunión con Gerencia General para definir pormenores de cómo se realizará el Diagnóstico.	04/02/2019	07/02/2019											
Visita para recabar información por medio de entrevistas	08/02/2019	08/02/2019											
Redacción final de informe de diagnóstico y entrega final	09/02/2019	12/02/2019											

Fuente: <http://herramientas-de-estudio/que-es-un-diagrama-o-grafica-de-gantt>

1.4. Recopilación de datos

1.4.1. Guía de Observación

Guía de Observación Diagnóstico comunicacional



EPS
LICENCIATURA

Nombre de la Empresa: TENDENCIA, S.A.

Nombre del Observador (a): Epesista María de los Angeles García R.

Objetivo: Observar y evaluar el comportamiento y canales de comunicación dentro del taller de Reparaciones TENDENCIA, S.A.



NO.	Aspectos a evaluar	Observación	Si	No
1.	Comunicación	¿Existen problemas de comunicación en el departamento de Reparaciones?	X	
2.	Respeto	¿La problemática de comunicación es por la falta de confianza y credibilidad?	X	
3.	Instrumentos	¿Se utilizan adecuadamente las herramientas de comunicación?		X
4.	Liderazgo	¿El jefe inmediato muestra habilidad para coordinar el equipo?		X
5.	Compañerismo	¿Muestran solidaridad y trabajo en equipo?		X
6.	Participación	¿Participan en reuniones, externan las actitudes e inconvenientes que les afectan abiertamente?		X
7.	Responsabilidad	¿Cumplen con sus actividades y responsabilidades?	X	
8.	Capacitaciones	¿Se les capacita constantemente en el manejo de emociones y trabajo en equipo?	X	
9.	Compromiso	¿El equipo está dispuesto a mejorar las falencias que se tienen actualmente en la comunicación interna que manejan?	X	
10.	Espacio de Trabajo	¿Cuentan con un espacio agradable, limpio y ordenado?	X	



1.4.2. Ficha de Entrevistas



Entrevista de Diagnóstico Comunicacional Taller de Reparaciones Tendencias S.A.

Nombre:

Tipo de entrevista: Mixta

- a. ¿Qué puesto ejerce y cuáles son sus responsabilidades?

- b. ¿Cómo es la comunicación en el departamento y qué herramientas utilizan para su desarrollo?

- c. ¿Cómo considera que se da el trabajo en equipo?

- d. ¿Cuál considera que es la problemática que más afecta al departamento actualmente?

- e. ¿Estaría dispuesto a utilizar nuevos métodos o herramientas que permitan mejorar la comunicación interna?

- f. ¿Considera que existe algún aspecto que se pueda tomar en cuenta con relación a la comunicación y el traslado de la información que se maneja actualmente?

1.4.3. Resultado de Entrevistas

<p>Entrevista 1</p> <p>Nombre: Jorge Baten</p> <p>Cargo: Jefe de Taller de Reparaciones</p> <p>Tipo de entrevista: Mixta</p> <p>Fecha: 11/02/2019</p>	<p>Encargado de velar por la producción, calidad y organización del área de Taller de Reparaciones y Totto Lab. Considera que la comunicación que se tiene es regular, pero ha mejorado. Opina que el problema que más suscita son los comentarios mal intencionados, piensa que si se puede mejorar la comunicación y está dispuesto a utilizar nuevas herramientas de ser necesario.</p>
<p>Entrevista 2</p> <p>Nombre: Gerson Coro</p> <p>Cargo: Auxiliar de Taller de Reparaciones</p> <p>Tipo de entrevista: Mixta</p> <p>Fecha: 11/02/2019</p>	<p>Encargado de la recepción, el registro de la base de datos de las solicitudes que ingresan, verificar la calidad en las reparaciones que se realizan y el envío de las mismas. La comunicación que utiliza con las demás personas es pasiva, además considera que existe mucho individualismo en el departamento y no se tiene la disponibilidad en la apertura al diálogo y la utilización de las herramientas sea más constante.</p>
<p>Entrevista 3</p> <p>Nombre: Sandra Patiño</p> <p>Cargo: Operaria de Costura Taller de Reparaciones</p> <p>Tipo de entrevista: Mixta</p> <p>Fecha: 11/02/2019</p>	<p>Encargada de realizar el proceso de costuras en las solicitudes que ingresan y velar que cumplan con la calidad que requerida. Considera que la comunicación que se da en el área de Taller de Reparaciones es regular. Las herramientas son buenas, pero considera que no se toma en cuenta la opinión de cada uno y por eso no hay buena comunicación ni trabajo en equipo. Estaría dispuesta a utilizar nuevas herramientas para mejorar la comunicación interna.</p>

<p>Entrevista 4</p> <p>Nombre: Vilma Godoy</p> <p>Cargo: Operaria de Costura Taller de Reparaciones</p> <p>Tipo de entrevista: Mixta</p> <p>Fecha: 11/02/2019</p>	<p>Encargada de realizar el proceso de costuras en las solicitudes que ingresan y velar que cumplan con la calidad que requerida. Es consciente que se deben mejorar aspectos en la comunicación interna que se maneja, considera que se debe tomar en cuenta la opinión que cada uno tiene. Indica que uno de los principales problemas es que no se tiene una comunicación asertiva.</p> <p>Es consciente que para el cambio es necesario empezar por uno mismo y está dispuesta a utilizar herramientas que ayuden al ambiente laboral.</p>
<p>Entrevista 5</p> <p>Nombre: Edgar</p> <p>Cargo: Operario de Sistemas Taller de Reparaciones</p> <p>Tipo de entrevista: Mixta</p> <p>Fecha: 11/02/2019</p>	<p>Encargado de realizar las reparaciones de las solicitudes de sistemas que ingresan al Taller de Reparaciones y velar por la calidad y el tiempo. Considera que las herramientas de comunicación son buenas pero no la manera en cómo se traslada el mensaje. Está consciente que lo que más afecta en el departamento es el temperamento de cada colaborador y considera que sería importante su opinión sea tomada en cuenta.</p>
<p>Entrevista 6</p> <p>Nombre: Clarín Barrios</p> <p>Cargo: Despitadora Taller de Reparaciones</p> <p>Tipo de entrevista: Mixta</p> <p>Fecha: 11/02/2019</p>	<p>Encargada de desarmar las piezas y recolectar los insumos para posteriormente trasladar las solicitudes a las operarias de costura.</p> <p>Considera que la comunicación que se tiene en el área es regular al igual que el trabajo en equipo. Está de acuerdo que es necesario la realización de capacitaciones para mejorar la comunicación interna.</p>

1.4.4. Tabla comparativa punto de encuentro y disensos entre los entrevistados

1.4.4.1 Focus group o grupo focal

PREGUNTAS	RESPUESTAS CONSENSUADAS	DISENSIONES
<p>¿Cómo considera la comunicación que se da entre los compañeros del área a la que pertenece?</p>	<p>La mayoría de las personas indicaron que es buena.</p>	<p>3 indicaron que la comunicación es regular y 1 indicó que la comunicación es mala, pero puede mejorarse.</p>
<p>¿Considera que debe existir algún manual de procesos para mejorar la comunicación en el Taller de reparaciones?</p>	<p>La mitad de los colaboradores mostró interés porque se haga un manual para el manejo de la comunicación.</p>	<p>La otra mitad de las personas consideran que no es necesario establecer el proceso a través de un manual.</p>
<p>¿Considera que su opinión es tomada en cuenta en el departamento?</p>	<p>La mayoría de los problemas consideran que se da cuando hay diferencias entre lo que se dice y lo que se hace.</p>	
<p>¿Cómo considera que es la comunicación que se da con otras áreas?</p>	<p>La mayoría concuerda que en general es buena.</p>	
<p>¿Cuáles son las herramientas que utilizan para la comunicación interna y considera que son efectivas?</p>	<p>Una de las herramientas que utilizan son las reuniones para exponer las inquietudes que se presentan y en su gran mayoría concuerdan que son efectivas.</p>	

1.5. Radiografía de la Institución

1.5.1. FODA

<p>1.5.1.1 Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none">● Equipo de trabajo reducido con disposición y deseo de mejorar los procesos en cuanto al manejo de la comunicación interna.● Optimistas y abiertos al cambio.● Reconocimiento por parte del encargado y personal operativo de las falencias comunicacionales que se tienen.● Manejan una comunicación muy cercana con el encargado del área y los ejecutivos de la empresa TENDENCIA, S.A.	<p>1.5.1.2. Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none">● Espacios disponibles dentro de la empresa para llevar a cabo capacitaciones o reuniones en la ejecución del proceso de investigación.● Conocimiento del personal entre unos y otros.● Fortalecer la comunicación interna y la relación entre los (as) colaboradores.● Se cuentan con conocimiento previo de las herramientas para ejecutar los procesos.
<p>1.5.1.3. Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none">● No se les dan capacitaciones constantes de cómo trabajar en equipo y la importancia que tiene el saber utilizar las herramientas y saber comunicarse para lograr los objetivos propios del departamento.● No existe una estrategia de comunicación a nivel interno.	<p>1.5.1.4. Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none">● No captar la importancia que se tiene en ejercer el trabajo en equipo y que por ello alguno de sus miembros deba retirarse en un futuro.● Poco tiempo para la ejecución.

CAPITULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

En el año 2018 la licenciada Jeniffer Choc egresada de la Universidad de San Carlos de Guatemala, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación; realizó un estudio a nivel compañía para mejorar el flujo de comunicación entre puntos de venta y área administrativa; aplicando el método de las 5 íes “método que busca respaldar el logro de los objetivos institucionales, fortaleciendo la identificación de los colaboradores con la empresa, proporcionándoles información relevante, suficiente y oportuna, reforzando su integración y generando en ellos una imagen favorable de la organización y de sus productos y servicios”. Andrade (2005: p.23).

Algunas de las conclusiones de esta investigación fueron:

- Uno de los principales factores que impiden establecer una comunicación eficaz dentro de la organización es la distancia y los distintos horarios.
- Se identificaron las siguientes herramientas más utilizadas dentro de la empresa: Teléfono y correo electrónico. Adicional se utiliza Skype, Yammer, memorándum, cartelera, videoconferencias, revista corporativa y reuniones.
- Se determinó que aunque los colaboradores tienen conocimiento acerca de las herramientas, es necesario sean capacitados para la utilización de las mismas.

Otro esfuerzo realizado a favor de la comunicación interna fue la participación en el concurso GRACE PLACE TO WORK en dónde la empresa gana el reconocimiento por ser una de las mejores empresas para trabajar de Guatemala ocupando el puesto número 32 <http://www.greatplacetowork-ca.com> .

2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1. Objetivo General

Desarrollar una estrategia de Comunicación interna en el Taller de Reparaciones de la empresa TENDENCIA, S.A.

2.2.2. Objetivos específicos

- Mejorar la comunicación interna.
- Fortalecer el trabajo en equipo.
- Mejorar el canal de comunicación en el Taller de reparaciones a través de charlas a los colaboradores.

2.3. PÚBLICO OBJETIVO

Colaboradores del Taller de reparaciones de TENDENCIA, S.A con edades entre los 24 a los 60 años, de sexo masculino y femenino, nacionalidad guatemalteca con personalidades autoritarias, introvertidas y extrovertidas.

2.4 Mensaje

TENDENCIA, S.A se ha caracterizado por su lema “Ser la marca de la expresión” esta filosofía, ha permitido afianzarse siendo la favorita de muchos clientes por su calidad, innovación, moda y estilo. Ofreciendo además un servicio para alargar la vida y utilidad de sus productos con el Taller de reparaciones.

De esta cuenta el Taller de reparaciones de TENDENCIA, S.A. se posicionará como **“Una excelente comunicación es el mejor fruto de nuestro trabajo en equipo”**

2.5 ESTRATEGIAS

Para desarrollar este proyecto y lograr exponer el mensaje se trabajará una estrategia basada en 2 fases o acciones:

- 1) Creación de material impreso.
- 2) Impartir charlas a los colaboradores.

2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN

2.6.1. Fase 1: Creación de Material impreso

Creación de material impreso motivacional	
Creación de material impreso	Elaborar material impreso que motive y promueva la comunicación asertiva y la productividad del departamento.
Problema	Falta de aceptación entre el personal y falta de material que motive práctica de valores.
Producto	Diseño de material motivacional.
Objetivo Comunicacional	Incentivar el trabajo en equipo fomentando el respeto y valor humano, reforzar la importancia de la comunicación y aceptación individual.
Público Objetivo	Colaboradores Taller de Reparaciones
Medio de difusión	Afiches con los valores más importantes.



(Bocetos Afiches-material impreso)

2.6.2. Propuesta de comunicación charla 1

Propuesta de contenido para charla 1		
Actividad	Objetivos	Incentivos
El valor del Respeto	Crear conciencia de la importancia que tiene la práctica de este valor en el ámbito humano.	Entrega de Diploma de Participación.
¿Qué es? Y la importancia del mismo	Conocer e identificar acciones que irrespeten los derechos de los colaboradores.	Coffe Brake

Hora	8:30 horas
Lugar	Instalaciones de TENDENCIA, S.A. zona 10
Expositor	Epesista
Tema	El valor del Respeto



(Bocetos de diplomas a entregar por cada charla impartida)

2.6.3. Propuesta de comunicación charla 2

Propuesta de contenido para charla 2		
Actividad	Objetivos	Incentivos
El valor de la Responsabilidad	Crear conciencia de la importancia que tiene la práctica de este valor en el ámbito humano.	Entrega de Diploma de Participación.
¿Qué es? Y la importancia del mismo	Conocer e identificar acciones que no permiten un clima agradable en el departamento.	Coffe Brake

Hora	15:30 horas
Lugar	Instalaciones de TENDENCIA, S.A. zona 10
Expositor	Epesista
Tema	El valor de la Responsabilidad



(Bocetos de diplomas a entregar por cada charla impartida)

2.6.4. Propuesta de comunicación charla 3

Propuesta de contenido para charla 3		
Actividad	Objetivos	Incentivos
Charla sobre ¿Cómo trabajar en equipo?	Identificar las falencias que se tienen en el equipo y reforzar acciones para el mejor desempeño comunicacional.	
Importancia del trabajo en equipo	Fortalecer las relaciones humanas entre los colaboradores.	
Estrategias para contruir un equipo de trabajo	Dar a conocer las diferentes estrategias que pueden implementarse.	
Ventajas y Desventajas frente a la solución de problemas en equipo	Considerar que opciones tenemos en cuanto a la solución de conflictos.	Reconocimiento de participación.
Presentación de video motivacional	Crear conciencia en lo colaboradores para un mejor manejo en las relaciones interpersonales.	Coffe Brake

Hora	14:30 horas
Lugar	Instalaciones de TENDENCIA, S.A. zona 10
Expositor	Invitado especial/Epesista
Tema	Trabajo en equipo

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. PROYECTO DESARROLLADO

“ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA EMPRESA TENDENCIA S.A”

3.1.1. Financiamiento

Para el desarrollo de la estrategia de comunicación, los recursos fueron absorbidos en un 90% por la Epesista, quien gestionó el diseño e impresión de frases motivacionales, capacitaciones impartidas por la Epesista y por el invitado especial, coffe break para el personal que recibió la capacitación.

El 10% con el que colaboró la empresa representa el tiempo dedicado a los colaboradores, el uso de las instalaciones y equipo audiovisual.

3.1.2. Presupuesto ejecutado

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Total	Financiamiento
3	Servicios de Diseño afiches	Q 250.00	Q 750.00	Epesista
3	Impresión de Afiches	Q. 25.00	Q 75.00	Epesista
7	Jugos Naturales Berna	Q 9.00	Q 63.00	Epesista
2	Alfajores (50 unidades)	Q 30.00	Q 60.00	Epesista
1	Pizza Pricesmart	Q 90.00	Q 90.00	Epesista
1	Charla con invitado	Q3,000.00	Q 3,000.00	Epesista
1	Asesoría de Servicio Comunicacional	Q5,000.00	Q 5,000.00	Epesista
Total		Q	8,288.00	

3.1.3. BENEFICIARIOS

3.1.3.1. Beneficiarios directos:

- TENDENCIA, S.A. es el principal beneficiario con el proyecto de comunicación.
- Colaboradores de la empresa Tendencia, S.A. del Taller de reparaciones quienes a partir de las charlas recibidas podrán practicar con mayor frecuencia cada uno de los valores impartidos y mejorar la comunicación y productividad en el departamento.

3.1.3.2. Beneficiarios indirectos:

- Clientes externos que soliciten servicios de reparaciones, Ejecutivos de casa Matriz en Colombia que visiten las instalaciones.

3.1.4. Recursos Humanos

Personal	Cargo	Actividad
Juan Zauner	Gerente General TENDENCIA, S.A.	Autorización de uso de instalación
Raúl Chicas	Jefe de Operaciones	Autorización para ejecutar el proyecto en el departamento
Jorge Baten	Jefe de Taller de Reparaciones	Asesoría y Supervisión
Lic. Luis Pedroza	Coordinador EPS Licenciatura ECC.	Asesoría y Supervisión
Lic Josue Andrade	Supervisor de EPS de Licenciatura ECC	Asesoría y Supervisión
María de los Ángeles García	Epesista de Licenciatura Ciencias de la Comunicación USAC.	Elaboración de diagnostico, plan de comunicación y ejecución del proyecto.

3.1.5. Área geográfica de acción:

23 avenida 15-79 zona 10, Colonia Alcázar.

3.2. Estrategias y acciones desarrolladas:

- 1) Creación de material impreso.
- 2) Mejorar la comunicación interna en el Taller de reparaciones de la empresa TENDENCIA, S.A a través de charlas a los colaboradores.

3.2.1 Acciones de comunicación realizadas

3.2.1.1. Material Impreso

Se contrató el servicio de diseño e impresión de afiches los cuales se pensaron para reforzar las charlas impartidas en el proyecto. Cada charla cuenta con un afiche que refuerza los valores dentro del departamento creando conciencia de la importancia que tiene una buena convivencia dentro del área. Además se diseñó un diploma de participación que se entregó al finalizar cada charla.

3.2.1.2. Charlas

Respondiendo a uno de los objetivos específicos se llevaron a cabo tres charlas en diferentes semanas para las cuáles fueron convocados los colaboradores del Taller de Reparaciones. El principal objetivo; crear conciencia de la importancia que tiene la práctica de ciertos valores en el ámbito laboral. Se presentó material audiovisual y se tuvo la participación de un invitado especial, Manuel Alejandro, González Director de Welbi (aplicación para móviles en la cual se puede acceder a realizar compra de medicamentos lo cuales son entregados a domicilio); quién apoyo directamente con el tema “Trabajo en Equipo”. Se trabajó un taller en el cuál los colaboradores participaron activamente.

3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividades	Inicio	Fin	Duración	Junio					Julio		Agosto							
				Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 1	Semana 2					
Recolección de información para primera capacitación	20/05/2019	24/05/2019	5 días															
Definición de diseño en material impreso y presentaciones	27/05/2019	31/05/2019	5 días															
Primera capacitación para colaboradores con el tema: Trabajo en Equipo.	03/06/2019	07/06/2019	5 días															
Segunda capacitación para colaboradores con el tema: El liderazgo.	10/06/2019	14/06/2019	5 días															
Realización de cambios en material a exponer	17/06/2019	21/06/2019	5 días															
Tercera charla "Trabajo en equipo" invitado especial.	24/06/2019	28/06/2019	5 días															
Presentación de material a la empresa TENDENCIA, S.A.	01/07/2019	05/07/2019	5 días															
Presentación de material a gerentes de la empresa TENDENCIA, S.A.	08/07/2019	12/07/2019	5 días															
Evaluación de resultado de capacitaciones y material impreso	02/08/2019	02/08/2019	1 día															

Fuente: <http://herramientas-de-estudio/que-es-un-diagrama-o-grafica-de-gantt>

3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO

Estrategias	Indicador Cuantitativo	Indicador Cualitativo
<p>Material impreso</p> <p>Objetivos:</p> <p>- Incentivar el trabajo en equipo fomentando el respeto y valor humano.</p> <p>-Reforzar la importancia de la comunicación y aceptación individual.</p>	<p>Se entregaron 4 afiches en el departamento de Taller de Reparaciones los cuales representan los temas impartidos en las charlas. Cuatro de los colaboradores indicaron que el material era excelente y los otros dos, indicaron que era muy bueno.</p>	<p>"Material excelente y llamativo para cada una de las personas". Jorge Baten.</p> <p>"Ayuda a mantener presente los temas de los cuales se nos proporcionó información vital".</p> <p>Gerson Coro.</p> <p>"Es de muy buena calidad y llevan un mensaje positivo". Sandra Patiño.</p> <p>"Excelente". Vilma Godoy.</p> <p>"Excelente es una forma muy fácil de exponer ideas y mensajes". Edgar Ramírez.</p> <p>"Excelente va a crear Conciencia para tener presente el trabajo". Clarín Susana.</p>
<p>Charlas para los colaboradores</p> <p>Objetivo:</p> <p>-Crear conciencia de la importancia que tiene la práctica de ciertos valores en el ámbito laboral.</p>	<p>Se programaron tres charlas de las cuáles dos fueron impartidas por la Epesista y una impartida por el invitado especial. A los seis colaboradores les gusto la dinámica de las charlas indicando les ayudó en la mejora de su vida personal o laboral.</p>	<p>"Fueron muy buenas para el trabajo en equipo" Jorge Baten.</p> <p>"Ayudaron a la mejora del trabajo y ambiente laboral". Gerson Coro.</p> <p>"Muy buenas ayudaron a mejorar parte de nuestra vida". Sandra Patiño.</p> <p>"Muy buenas sólo es de ponerlas en práctica". Vilma Godoy.</p> <p>"Fueron muy productivas para una evolución diaria personal". Edgar Ramírez.</p> <p>"Buenas nos enseñaron a convivir más con el equipo y se pudo tener buena comunicación.".</p> <p>Clarín Barrios.</p>

Conclusiones

La comunicación interna EN TENDENCIA, S.A. a nivel general es bastante efectiva, se cuentan con varias herramientas que permiten fluidez en la misma.

Como parte del diagnóstico se evaluaron varios departamentos de la empresa, determinando que el departamento más afectado y con mayor inestabilidad comunicacional era el Taller de Reparaciones; esto debido a varios factores que resaltaron en los resultados obtenidos.

Crear una estrategia de comunicación para mejorar las falencias que se tenían en la comunicación interna, permitió el acercamiento con los colaboradores a través de las charlas y el material impreso; logrando el fortalecimiento del clima laboral.

Establecida e implementada la estrategia de comunicación en la empresa TENDENCIA, S.A. se tiene como beneficio la sensibilización y concientización del departamento de Taller de Reparaciones para lograr lazos laborales efectivos y contribuyendo a un clima laboral agradable con mayor efectividad en las tareas asignadas.

Recomendaciones

A continuación se presentan las siguientes recomendaciones para fortalecer la labor e importancia que tiene la función que realiza para colaborar en un ambiente agradable:

- Es indispensable que se continúe promoviendo el trabajo en equipo a través de charlas eventuales y evaluaciones de clima laboral.
- Continuar con la evaluación de nuevas herramientas de trabajo que permitan encontrar puntos de mejora.
- Tomando en cuenta la labor de servicio que presta el Taller de Reparaciones se recomienda capacitar constantemente en el Servicio al Cliente para obtener excelentes resultados al momento de establecer contacto con clientes externos e internos.
- Realizar actividades extracurriculares que promuevan la convivencia dentro del equipo.
- Realizar reuniones semanales con el fin de evaluar los objetivos y metas propuestas dentro del equipo.
- Continuar elaborando material impreso que incentive y promueva la participación de los colaboradores.
- Proponer un espacio dentro del área de Taller en el cuál los colaboradores puedan aparecer semanalmente por los logros o metas alcanzadas.

Glosario de términos

Estrategia:

En un proceso regulable, conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.

Comercialización:

Dar a un producto condiciones y vías de distribución para su venta.

Latente:

Oculto, escondido o aparentemente inactivo.

Organigrama:

Sinopsis o esquema de la organización de una entidad, de una empresa o de una tarea.

Grupo Focal:

Es una entrevista grupal informal, en la que participan normalmente de 5 a 12 personas que exponen sus opiniones, guiadas por un facilitador en la que pide a las personas que expresen sus opiniones, actitudes, creencias, sobre un tema propuesto.

Consensuada:

Adoptar una decisión de común acuerdo entre dos o más partes.

Disensiones:

Oposición o contrariedad de varias personas en los pareceres o en los propósitos.

Fortaleza:

Fuerza y vigor.

Oportunidad:

Momento o circunstancia oportunos o convenientes para algo.

Debilidad:

Carencia de energía o vigor en las cualidades o resoluciones del ánimo.

Amenaza:

Delito consistente en intimidar a alguien con el anuncio de la provocación de un mal grave para él o su familia.

Charla:

Disertación ante un público, sin solemnidad ni excesivas preocupaciones formales.

Mensaje:

Conjunto de señales, signos o símbolos que son objeto de una comunicación.

Respeto:

Veneración, acatamiento que se hace a alguien.

Responsabilidad:

Capacidad existente en todo sujeto activo de derecho para reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente.

Trabajo en Equipo:

Es el trabajo realizado por varias personas con un objetivo en común.

Financiamiento:

Sufragar los gastos de una actividad, de una obra, etc.

Presupuesto:

Cantidad de dinero calculado para hacer frente a los gastos generales de la vida cotidiana, de un viaje, etc.

Beneficiario:

Persona: Que resulta favorecida por algo.

Cronograma:

Calendario de trabajo.

Eventual:

Sujeto a cualquier evento o contingencia.

Cualitativo:

Perteneciente o relativo a la cualidad.

Cuantitativo:

Perteneciente o relativo a la cantidad.

Falencias:

Engaño o error.

Bibliografía

- Piloña Ortiz, Gabriel Alfredo. Guía Práctica sobre Métodos y Técnicas de Investigación, Documental y de Campo, octava edición 2011.
- Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio. Metodología de la Investigación. Sexta edición. McGraw-Hill. 2016.
- Tutto Avances, Octubre 2016.

E-Grafía

- <http://herramientas-de-estudio/que-es-un-diagrama-o-grafica-de-gantt>
- <http://www.greatplacetowork-ca.com>
- <https://dle.rae.es/?id=HXFDqkj>

Anexos

Guía de Observación
Diagnóstico comunicacional



Nombre de la Empresa: TENDENCIA, S.A.

Nombre del Observador (a): Epesista María de los Angeles García R.

Objetivo: Observar y evaluar el comportamiento y canales de comunicación dentro del taller de Reparaciones TENDENCIA, S.A.



NO.	Aspectos a evaluar	Observación	Si	No
1.	Comunicación	¿Existen problemas de comunicación en el departamento de Reparaciones?	X	
2.	Respeto	¿La problemática de comunicación es por la falta de confianza y credibilidad?	X	
3.	Instrumentos	¿Se utilizan adecuadamente las herramientas de comunicación?		X
4.	Liderazgo	¿El jefe inmediato muestra habilidad para coordinar el equipo?		X
5.	Compañerismo	¿Muestran solidaridad y trabajo en equipo?		X
6.	Participación	¿Participan en reuniones, externan las actitudes e inconvenientes que les afectan abiertamente?		X
7.	Responsabilidad	¿Cumplen con sus actividades y responsabilidades?	X	
8.	Capacitaciones	¿Se les capacita constantemente en el manejo de emociones y trabajo en equipo?	X	
9.	Compromiso	¿El equipo está dispuesto a mejorar las falencias que se tienen actualmente en la comunicación interna que manejan?	X	
10.	Espacio de Trabajo	¿Cuentan con un espacio agradable, limpio y ordenado?	X	





EPS
LICENCIATURA

Entrevista de Diagnóstico Comunicacional Taller de Reparaciones Tendencia S.A.

Nombre:

Tipo de entrevista: Mixta

- a. **¿Qué puesto ejerce y cuáles son sus responsabilidades?**

- b. **¿Cómo es la comunicación en el departamento y qué herramientas utilizan para su desarrollo?**

- c. **¿Cómo considera que se da el trabajo en equipo?**

- d. **¿Cuál considera que es la problemática que más afecta al departamento actualmente?**

- e. **¿Estaría dispuesto a utilizar nuevos métodos o herramientas que permitan mejorar la comunicación interna?**

- f. **¿Considera que existe algún aspecto que se pueda tomar en cuenta con relación a la comunicación y el traslado de la información que se maneja actualmente?**

Entrevista 1.

Jorge Baten/ Jefe de Taller de Reparaciones:

a. ¿Qué puesto ejerce y cuáles son sus responsabilidades?

“Soy encargado de Taller y Totto LAB, mi responsabilidad es sacar la producción, con la mejor calidad y que hacer que el cliente quede satisfecho con la empresa”

b. ¿Cómo es la comunicación y qué herramientas utilizan para su desarrollo?

“Regular a mejorado de un 30% a un 60%, considera que para él si para el equipo considera que no.”

c. ¿Cómo considera que se da el trabajo en equipo?

“Considera que el trabajo en equipo que se da es nulo”

d. ¿Cuál considera que es la problemática que más afecta al departamento actualmente?

“Los chismes son los que más afectan al departamento, siempre hay pro y contras no ha logrado saber qué es lo que el personal desea”

e. ¿Estaría dispuesto a utilizar nuevos métodos o herramientas que permitan mejorar la comunicación interna?

“La herramientas son reuniones, ahora se hacen grupal y no individual”

f. ¿Considera que existe algún aspecto que se pueda tomar en cuenta con relación a la comunicación y el traslado de la información que se maneja actualmente?

“Pienso que sí se puede mejorar, en trabajo si ha mejorado pero siempre hay personas que se aíslan del grupo. Se dio una charla de Trabajo en Equipo pero funcionó una semana”

Entrevista 2.

Gerson Coro, Auxiliar Administrativo de Taller de Reparaciones:

a. ¿Qué puesto ejerce y cuáles son sus responsabilidades?

“Yo estoy en el puesto de Auxiliar Administrativo, encargado de la recepción, filtro de calidad, una de sus responsabilidades es verificar y empacar las solicitudes y enviarlas a los puntos de venta”

b. ¿Cómo es la comunicación y qué herramientas utilizan para su desarrollo?

“Yo tengo bastante comunicación con las operarias porque yo les entrego el trabajo y de igual forma si las reparaciones se las devuelvo, pero las personas se ponen a la defensiva, utiliza una comunicación pasiva para dar a conocer los errores que comenten las demás personas las herramientas que se utiliza es verbal”

c. ¿Cómo considera que se da el trabajo en equipo?

“Pocas veces se trabaja en equipo, el trabajo es muy individual”

d. ¿Cuál considera que es la problemática que más afecta al departamento actualmente?

“Uno de los puntos que afecta es que desde la cabeza la comunicación no se traslada de la mejor manera, otro de los puntos es el individualismo, muchos comentarios negativos y fuera de lugar”

e. ¿Estaría dispuesto a utilizar nuevos métodos o herramientas que permitan mejorar la comunicación interna?

“Hace falta que todos estén abiertos al diálogo y se utilicen las herramientas constantemente”

f. ¿Considera que existe algún aspecto que se pueda tomar en cuenta con relación a la comunicación y el traslado de la información que se maneja actualmente?

“Si lo que hace falta son capacitaciones de cómo trabajar en equipo, recientemente se hizo una pero debe de ser constante”

Entrevista 3.

Sandra Patiño/ Operaria de Costura de Taller de Reparaciones:

a. ¿Qué puesto ejerce y cuáles son sus responsabilidades?

“Soy operaria de máquinas, una de mis responsabilidades es cumplir con mi trabajo y que el cliente quede satisfecho con el mismo”

b. ¿Cómo es la comunicación y qué herramientas utilizan para su desarrollo?

“Pues no es mala, pero tampoco excelente, considero que si son buenas las herramientas que tenemos, a veces no se traslada la información de manera correcta; es por eso que la comunicación no es efectiva a un cien por ciento”

c. ¿Cómo considera que se da el trabajo en equipo?

“No considera que haya trabajo en equipo, nunca se ponen de acuerdo en casi nada”

d. ¿Cuál considera que es la problemática que más afecta al departamento actualmente?

“No toman en cuenta las opiniones, el jefe no escucha”

e. ¿Estaría dispuesto a utilizar nuevos métodos o herramientas que permitan mejorar la comunicación interna?

“si estaría dispuesta a utilizar herramientas que le permitan mejorar”

f. ¿Considera que existe algún aspecto que se pueda tomar en cuenta con relación a la comunicación y el traslado de la información que se maneja actualmente?

“Las capacitaciones son buenas pero no depende del capacitador sino de uno y desde que yo entré siempre he dicho que no somos un equipo de uno mismo depende si se quiere o no”

Entrevista 4.

Vilma Ramírez/ Operaria de Taller de Reparaciones:

a. ¿Qué puesto ejerce y cuáles son sus responsabilidades?

“Soy operaria de costura y una de mis responsabilidades es reparar no al cien por ciento pero se trata, el compromiso con el cliente y con la empresa en sacar bien las reparaciones”

b. ¿Cómo es la comunicación en el departamento y qué herramientas utilizan para su desarrollo?

“Hay muchas cosas que mejorar pero es cuestión de querer y que cada uno lo decida, pero es importante expresar las cosas que se dicen, la comunicación no es del todo mala pero tampoco buena, muchas groserías y el ambiente no es bueno”

c. ¿Cómo considera que se da el trabajo en equipo?

“Cuando se solicita apoyo no brinda sin ningún inconveniente pero considera no hay trabajo en equipo”

d. ¿Cuál considera que es la problemática que más afecta al departamento actualmente?

“La problemática que más resalta es el maltrato psicológico, el ambiente es muy pesado”

e. ¿Considera que existe algún aspecto que se pueda tomar en cuenta con relación a la comunicación y el traslado de la información que se maneja actualmente?

“Sí sería bueno poder mejorar la comunicación y el trato dentro del área de trabajo”

Entrevista 5.

Edgar / Operario de sistemas Taller de Reparaciones:

a. ¿Qué puesto ejerce y cuáles son sus responsabilidades?

“Cuando me contrataron me dijeron que estaría en una área y otra, operador de sistema, mis responsabilidades que el trabajo salga bien, a tiempo y no se tenga reclamos”

b. ¿Cómo es la comunicación y qué herramientas utilizan para su desarrollo?

“La comunicación está bien, la información se da por correo pero la manera en que se pone en acción eso habría que mejorar, porque a veces lo que debería de hacer el líder lo hacen los colaboradores, depende de todo un poco, tiene que ir de la mano lo que se expone y la responsabilidad de uno. Se habla de tiempo de carácter.”

c. ¿Cómo considera que se da el trabajo en equipo?

“Con los demás considero que si hay trabajo en equipo con los demás, y si mi supervisor solicita algún trabajo con la autorización del jefe se hace”

d. ¿Cuál considera que es la problemática que más afecta al departamento actualmente?

“No he visto alguna problemática pero si he visto la diferencia de caracteres, hay cositas en las que se tiene que mantener la línea para trabajar en equipo”

e. ¿Estaría dispuesto a utilizar nuevos métodos o herramientas que permitan mejorar la comunicación interna?

“Es necesario cada uno de los puntos para que trabaje uno bien”

f. ¿Considera que existe algún aspecto que se pueda tomar en cuenta con relación a la comunicación y el traslado de la información que se maneja actualmente?

“Que la opinión de una sea tomada en cuenta, porque ayuda a la productividad”

Entrevista 6.

Clarín Barrio/ Despitadora de Taller de Reparaciones:

a. ¿Qué puesto ejerce y cuáles son sus responsabilidades?

“Soy la persona que desarma las piezas, mi responsabilidad es descocer bien y córtale sus insumos a las operarias de costura, marcar las piezas de forma correcta”

b. ¿Cómo es la comunicación y qué herramientas utilizan para su desarrollo?

“La comunicación es regular, considera que las herramientas que se tienen a veces ayudan”

c. ¿Cómo considera que se da el trabajo en equipo?

“Considera que el trabajo en equipo es regular porque no se tienen la disponibilidad siempre”

d. ¿Cuál considera que es la problemática que más afecta al departamento actualmente?

“No se ponen de acuerdo nunca, para realizar algo se pone a votación”

e. ¿Considera que existe algún aspecto que se pueda tomar en cuenta con relación a la comunicación y el traslado de la información que se maneja actualmente?

“Sería bueno realizar capacitaciones para trabajar en equipo”



*Entrevista con Gerson Coro/
Auxiliar Administrativo*



*Entrevista con Clarín
Barrios/ Despitadora*



*Entrevista con Edgar/
Operario de Sistemas*



Entrevista con Vilma Godoy
Operaria de Costura



Entrevista con Jorge Baten
Jefe de Taller de Reparaciones

Presentación charla 1 con el tema: El valor del Respeto



EL VALOR DEL RESPETO

RESPETO

- Del latín (del latín respectus, «atención» o «consideración»).
- Es la valoración que permite al ser humano reconocer, aceptar y apreciar las cualidades y derechos, tanto hacia nosotros mismos como hacia quienes nos rodean.



EL VALOR DEL RESPETO

· Respetar no significa estar de acuerdo o pensar tal como lo haría otro individuo, sino que se trata de no discriminar, ofender, ni mucho menos humillar a las personas por su forma de actuar, de vivir, decidir, etc., por el simple y naturalmente hecho que no concuerde con el criterio propio.

Se presentó un vídeo de concientización acerca de la importancia del Respeto.



-No hay hombre vivo que no pueda hacer más de lo que él piensa que puede hacer. Todos tenemos fuerzas e ingenio para llegar más lejos”
Henry Ford

GRACIAS POR SU ATENCIÓN
“UNA EXCELENTE COMUNICACIÓN ES EL MEJOR FRUTO DE NUESTRO TRABAJO EN EQUIPO”

EL VALOR DEL RESPETO

Presentación charla 2 con el tema: El valor de la Responsabilidad

EL VALOR DE LA RESPONSABILIDAD



LA RESPONSABILIDAD

- Es un valor fundamental en nuestras vidas y se encuentra presente en nuestras acciones diarias.
- Se considera **una cualidad y un valor del ser humano**; se trata de una característica positiva de las personas que son capaces de comprometerse y actuar de forma correcta.



- **La Responsabilidad es deber:**
Los deberes son obligaciones que adquirimos con nosotros mismos o con los demás.
- **La Responsabilidad es compromiso:** Implica también comprometernos de manera sincera con aquello que hemos ofrecido, prometido o propuesto a otra u otras personas.



- **La Responsabilidad es prudencia:** cuando evitamos situaciones riesgosas o desagradables, cuando somos conscientes de las consecuencias y secuelas de nuestras acciones y decisiones y actuamos de la manera más sensata posible.
- **La Responsabilidad es cumplimiento:** se traduce en concretar aquello que nos ha sido pedido o asignado.



- **La Responsabilidad es madurez:** Mientras crecemos, vamos asumiendo más y más responsabilidades en nuestra vida.
- **La Responsabilidad es ética:** Hace referencia al **compromiso** u obligación de tipo moral que surge de la posible equivocación cometida por un individuo en un asunto específico; en función de nuestros deberes y obligaciones.



“Saber vivir es hacer mejor lo que podemos con lo que tenemos en el momento en que estamos.”

Alejandro Jodorowsky





(Modelo de encuesta utilizada después de la charla de Responsabilidad para medir el alcance de la charla)

		<i>Epesista María de los Ángeles García R.</i>				
Encuesta						
A continuación se presenta una serie de conductas las cuales deberá marcar con una X según la frecuencia con la que realiza cada una de ellas en el área de trabajo.						
ACTITUDES	Valor de la Resposabilidad (conductas).	Siempre	Casi Siempre	Con frecuencia	A veces	Nunca
Deber	Colabora con los demás.					
	Aporta ideas en el equipo.					
	Es comprometid@ con su trabajo.					
	Ante un problema concreto busca soluciones.					
Esfuerzo	Realiza sus actividades activamente.					
	Es exigente consigo mismo.					
	Es constante en el trabajo.					
	Demuestra interés por aprender.					
Puntualidad	Es optimista.					
	Demuestra dedicación y sacrificio.					
	Llega puntual al trabajo.					
	Cumple con las tareas asignadas.					
Eficiencia	Organiza adecuadamente sus tiempos.					
	Colabora con el equipo para la entrega.					
	Su trabajo responde a las exigencias requeridas.					
	Su área de trabajo se muestra ordenada y limpia.					
	Sabe asumir sus errores y los corrige.					

Colaboradores realizando la evaluación de Responsabilidad.



De Izquierda a derecha Clarín Barrios, Sandra Patiño, Edgar Ramírez y Gerson Coro.



(fuente: Marielos Rodríguez).

Presentación charla 3 con el tema: Trabajo en Equipo

Licenciado Manuel Alejandro González (Director de la APP Welbi impartiendo charla Trabajo en Equipo)



Epesista María de los Ángeles García dando charla Trabajo en Equipo.



(fuente: Marielos Rodríguez).

Colaboradores analizando lo que se expone en la charla.



Colaboradores de TENDENCIA, S.A. realizando el taller de “Trabajo en Equipo”



(fuente: Marielos Rodríguez).

Colaboradores exponiendo sus ideas del taller realizado.



Colaboradores respondiendo a la pregunta si son un grupo o un equipo.



(fuente: Marielos Rodríguez).

Fotografías entregando diplomas a los colaboradores



• Edgar Ramírez y Epesista Marielos



Wilma Godoy y Epesista Marielos



• Sandra Patiño y Epesista



Gerson Coro y Epesista



• Jorge Baten y Epesista



Director de Welbi y Epesista

Foto de Epesista con el equipo de Taller de Reparaciones de Izquierda a a derecha Jorge Baten (jefe de reparaciones) Edgar Ramírez, Epesista María de los Ángeles, Vilma Godoy, Sandra Patiño y Gerson Coro, en la entrega de material impreso.



Afiches colocados al frente a la vista de todos los colaboradores.



Fuente: Marielos Rodríguez Epesista.

Modelo encuesta de evaluación del proyecto



Encuesta de evaluación Comunicacional Taller de Reparaciones Tendencia S.A.

Nombre:

Cargo:

Fecha:

a. ¿Qué opina de las charlas impartidas para el desarrollo del proyecto?

b. ¿Qué opina del material impreso proporcionado?

c. ¿Qué opina del proyecto comunicacional?

Respuestas de la encuesta:

Pregunta A. ¿Qué opina de las charlas impartidas para el desarrollo del proyecto?

- "Fueron muy buenas para el trabajo en equipo" Jorge Baten.
- "Ayudaron a la mejora del trabajo y ambiente laboral". Gerson Coro.
- "Muy buenas ayudaron a mejorar parte de nuestra vida". Sandra Patiño.
- "Muy buenas sólo es de ponerlas en práctica". Vilma Godoy.
- "Fueron muy productivas para una evolución diaria personal". Edgar Ramírez.
- "Buenas nos enseñaron a convivir más con el equipo y se pudo tener buena comunicación."
Clarín Barrios.

Pregunta B. ¿Qué opina del material impreso proporcionado?

- "Material excelente y llamativo para cada una de las personas". Jorge Baten.
- "Ayuda a mantener presente los temas de los cuales se nos proporcionó información vital". Gerson Coro.
- "Es de muy buena calidad y llevan un mensaje positivo". Sandra Patiño.
- "Excelente". Vilma Godoy.
- "Excelente es una forma muy fácil de exponer ideas y mensajes". Edgar Ramírez.
- "Excelente va a crear Conciencia para tener presente el trabajo". Clarín Susana.

Pregunta C. ¿Qué opina del proyecto comunicacional?

- "Ayudó mucho para el trabajo en equipo". Jorge Baten.
- "Personalmente fue de mucha ayuda ya que se tocaron temas muy importantes para la mejora del trabajo en equipo". Gerson Coro.
- "Ayudó a poder tener más comunicación y así poder expresar lo que cada uno siente y piensa." Sandra Patiño.
- "Nos falta como equipo ponerlo en práctica". Vilma Godoy.
- "Es muy importante para un grupo de personas que trabajan con un solo propósito". Edgar Ramírez.



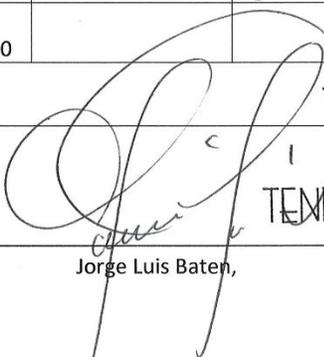
Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
 Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2019



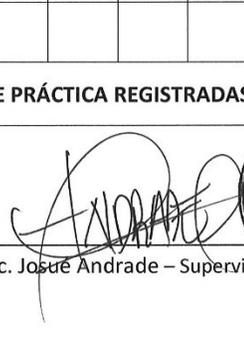
Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): María de los Ángeles García Rodríguez
No. Carné y DPI: 201016733/2061772080106
Jefe o Encargado (a): Segundo semestre Administración de Empresas, Jorge Luis Baten, Jefe Taller de Reparaciones.
Institución o Empresa: TENDENCIA, S.A.
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: 20 / Al: 24	Mayo	6.5	6.5	6.5	6.5	6.5	x	32.5 hrs.
2	Del: 27 / Al: 31	Mayo	09	09	09	09	09	x	45 hrs.
3	Del: 03 / Al: 07	Junio	09	09	09	09	09	x	45 hrs.
4	Del: 10 / Al: 14	Junio	09	09	09	09	09	x	45 hrs.
5	Del: 17 / Al: 21	Junio	6.5	6.5	6.5	6.5	6.5	x	32.5 hrs
6	Del: 24 / Al: 28	Junio	6.5	6.5	6.5	6.5	6.5	x	32.5 hrs.
7	Del: 01 / Al: 05	Julio	6.5	6.5	6.5	6.5	6.5	x	32.5 hrs.
8	Del: 08 / Al: 12	Julio	6.5	6.5	6.5	6.5	6.5	x	32.5 hrs.
9	Del: 02 / Al: 02	Agosto	2.5						2.5 hrs.
10									
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									300 hrs.

(f) 
 Jorge Luis Baten,

TENDENCIA, S.A.

(f) 
 Lic. Josue Andrade – Supervisor

