

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



**Plan de Comunicación Organizacional Interna de la Empresa Business
Management Center**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

**Brizzio Rodolfo Izeppi Carias
Carné 201016623**

**Previo a optar el título de:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Guatemala, octubre de 2019

Consejo Directivo:

Director:

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes

M.A Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijillo

Representantes Estudiantiles:

Gabriela Eugenia Menegazzo

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representantes de Egresados:

M:A Jhonny Michael González Batres

Secretaria:

M.Sc: Claudia Xiomara Molina Avalos

Coordinador de EPS Licenciatura

M.A Luis Arturo Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

M.A Evelin Lisseth Hernández Mazariegos

Lic. Josue Othoniel Andrade de la Cruz

Licda. Krista María Ramírez Nájera

Guatemala, 10 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 estudiante epesista Brizzio Rodolfo Izeppi Carías con número de carné: 201016623 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, realizo el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en el departamento de Publicidad cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del 14 de mayo al 3 de junio del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: **Plan de Comunicación Organizacional Interna de la Empresa Business Management Center** entregando el material respectivo y debidamente recibido por: **Business Management Center**

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.

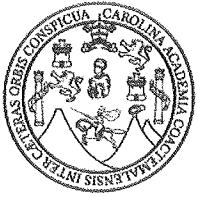
Atentamente,



Licda. Patricia Pérez

Gerente de Recursos Humanos

BMC
BUSINESS MANAGEMENT CENTER



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



Guatemala, 18 de octubre de 2019

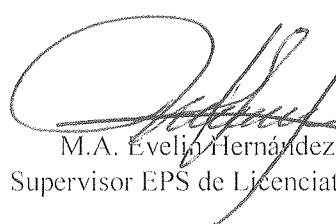
Estudiante
Brizzio Rodolfo Izeppi Carías
Carné: 201016623
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

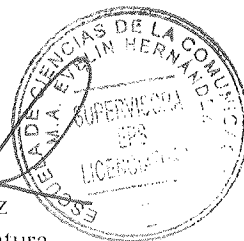
De mi consideración:

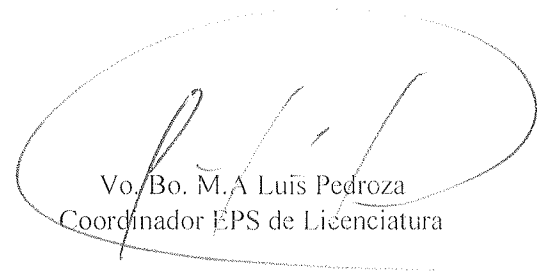
Por este medio informo a usted, que he revisado el informe final de su proyecto de EPS de Licenciatura con título **"Plan de Comunicación Organizacional Interna de la Empresa Business Management Center"**. El citado trabajo llena los requisitos del rigor del presente programa, por lo cual se emite **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

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

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


M.A. Eveljo Hernández
Supervisor EPS de Licenciatura




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

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

DEDICATORIA

A Dios, a mis padres y familia.

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad de San Carlos de Guatemala, donde me he forjado profesionalmente.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación, a todos los docentes que compartieron sus conocimientos con mi persona.

Al Lic. Luis Pedroza gracias por brindarnos su apoyo oportuno y especial en este proyecto.

A M Sc. Sergio Morataya, agradecimiento especial por brindarme el espacio en nuestra querida ECC

A la M. Evelyn Hernández por su fina atención y constante apoyo en la elaboración de este proyecto.

Muchas gracias

ÍNDICE

RESUMEN	I
INTRODUCCIÓN	II
JUSTIFICACIÓN	III
CAPÍTULO I	
1. DIAGNÓSTICO	1
1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	1
1.1.1. Objetivo General	1
1.1.2. Objetivos Específicos	1
1.2. LA INSTITUCIÓN- BUSINESS MANAGEMENT CENTER	2
1.2.1. Ubicación Geográfica.....	2
1.2.2. Integración y alianzas estratégicas.....	2
1.2.3. Antecedentes	3
1.2.4. Departamentos.....	3
1.2.5. Misión.....	3
1.2.6. Visión	3
1.2.7. Objetivos de la institución	3
1.2.8. Público objetivo	4
1.2.9. Organigrama	4
1.3. METODOLOGÍA	5
1.3.1. Descripción del método.....	5
1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección.....	6
1.3.3. Cronograma del diagnóstico	6
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS.....	7
1.4.1. Gráficas e interpretaciones del resultado de las encuestas	7
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN.....	21
1.5.1. Fortalezas.....	21

1.5.2. Oportunidades	21
1.5.3. Debilidades.....	21
1.5.4. Amenazas	21
CAPÍTULO II	
2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....	22
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES	23
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	23
2.2.1. Objetivo General	23
2.2.2. Objetivos específicos	23
2.3. PÚBLICO OBJETIVO	23
2.4. MENSAJE.....	23
2.5. ESTRATEGIAS.....	24
2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN.....	25
CAPÍTULO III	
3. INFORME DE EJECUCIÓN.....	28
3.1 PROYECTO DESARROLLADO.....	28
3.1.1. Financiamiento	28
3.1.2. Presupuesto.....	28
3.1.3. Beneficiarios.....	30
3.1.4. Recursos Humanos	30
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción.....	30
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS.....	30
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	34
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO.....	34
CONCLUSIONES.....	36
RECOMENDACIONES.....	37
BIBLIOGRAFÍA.....	38

E GRAFÍA..... 39
ANEXOS..... 40

Resumen

La empresa Business Management Center es una institución de carácter privado que se encuentra ubicada en la ciudad de Guatemala 15 av 4-39 zona 13, esta entidad coloca a las personas sin trabajo en las mejores empresas de Guatemala. Cuenta con 25 colaboradores distribuidos en las diferentes áreas de la organización. El presente diagnóstico se enfoca en la deficiente comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa BMC.

El objetivo de este trabajo fue identificar de forma técnica el problema latente, sus causas y efectos así como el diseño de una propuesta que sirva como guía para que la organización pueda tomar las medidas pertinentes. Entre las conclusiones más relevantes de esta investigación podemos destacar las carencias que presenta la comunicación organizacional interna están repercutiendo sobre la coordinación de las actividades dentro de la organización.

La comunicación organizacional influye directamente sobre la baja productividad y el desarrollo organizacional de la empresa BMC así como también en las actitudes de los trabajadores. Muchos de los trabajadores de la empresa conocen muy poco los tipos de comunicación que existen dentro de la institución, y califica como regulares los medios de comunicación internos con los que cuenta esta. Ante todo lo expuesto se ha planteado el diagnóstico titulado: “**Diagnóstico de Comunicación Organizacional Interna de la Empresa Business Management Center**”

Introducción

El presente proyecto se redacta con carácter de Trabajo Profesional. Asimismo, debe existir una comunicación interna hacia sus colaboradores, transmitiendo los objetivos, la misión, visión y los valores, para crear un ambiente de armonía donde todos los esfuerzos vayan dirigidos con una misma filosofía.

Para esto, se utilizan una serie de medios y herramientas que facilitan la transmisión de mensajes, pero no se trata solamente de utilizarlas sino de utilizarlas bien explotando todas las ventajas que cada medio posee. Sin embargo, se debe entender que cada empresa es diferente y, por lo tanto, sus necesidades de comunicación son diferentes.

En este trabajo se presenta un diagnóstico de comunicación organizacional realizado a la empresa BMC Groups, la cual se dedica a ofrecer soluciones en el área de Recursos Humanos, ejecución de proyectos de clima organizacional, planes de mejora, capacitaciones, estudios socioeconómicos, entre otros.

El estudio consistió en una investigación para conocer la empresa, incluyendo una observación, una entrevista con los directivos, la realización de un inventario de los medios que utiliza, encuestas a colaboradores y el análisis de las mismas, para finalmente proponer soluciones integrales a sus necesidades reales de comunicación.

Justificación

La comunicación es el acto por medio del cual dos o más individuos tienen contacto, transmitiendo un mensaje, para que este se ejecute satisfactoriamente debe ser recíproco o de dos vías, de lo contrario se convierte en información. En una organización la comunicación es un pilar fundamental que mantiene a los colaboradores en sintonía con las metas u objetivos que se tengan planteados, creando un vínculo de identidad corporativa, persiguiendo la misión y visión de la corporación, esto creará un clima laboral en el que los resultados que se esperan en las diferentes áreas tendrán éxito, como consecuencia de las acciones positivas de los colaboradores se tendrá una institución fuerte y sólida que proyectará lo que su público externo espera de ella como tal.

Con el presente se pretende aportar las herramientas necesarias para mejorar el desarrollo de las diferentes actividades que ejecuta la Empresa Business Management Center, esto se hará por medio de una adecuada comunicación organizacional, misma que debe ser efectiva con el público interno, fortaleciendo la identidad corporativa, proporcionando información entre los diferentes departamentos, logrando así que se sientan parte de la organización tomando en cuenta sus opinio

1.Diagnóstico

Diagnóstico de Comunicación Organizacional Interna de la Empresa Business Management Center

1.1 Objetivos del diagnóstico

1.1.1 Objetivo General

Diagnosticar la comunicación organizacional interna de la empresa Business Management Center

1.1.2 Objetivos Específicos

- Evaluar cuál es impacto que produce a la empresa Business Management Center una deficiente comunicación organizacional
- Analizar los canales y procesos de comunicación que se utilizan dentro de la empresa
- Proponer una solución de comunicación organizacional interna entre el talento humano, para el mejoramiento del desarrollo organizacional de la empresa

1.2. La institución:

Business Management Center

1.2.1 Ubicación Geográfica

15 avenida 4-39 zona 13 ciudad de Guatemala

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

No existen

Posee una destacada trayectoria en las diferentes áreas de Recursos Humanos y está integrada por un equipo transdisciplinario de profesionales especializados en Reclutamiento y Selección de personal, evaluaciones de habilidades, competencias, honestidad, Administración de Nóminas y planillas, entre otras.

1.2.3. Antecedentes o Historia

BMC GROUPS es una corporación dedicada a ofrecer soluciones integrales en Recursos Humanos por más de 15 años, sus servicios van desde el manejo de una nómina hasta la ejecución de proyectos de clima organizacional y planes de mejora.

Cuenta con una amplia y exitosa experiencia a nivel regional, respaldada por referencias de sus clientes, ofreciendo los servicios de:

- Reclutamiento y selección de personal
- Administración de Nóminas y Planillas
- Evaluación de talento
- Evaluación de Estudios de Pensamiento
- Headhunting
- Outplacement
- Assessment Center
- Clima Organizacional
- Capacitaciones
- Perfiles
- Evaluación por Dominancia Cerebral
- Pruebas Poligráficas
- Estudios Socioeconómicos
- Análisis de estrés de Voz

1.2.4. Departamentos o dependencias

- Reclutamiento
- Ventas
- Confiabilidad
- Contabilidad
- Outsourcing
- Publicidad

1.2.5. Misión

Reflejar a través de nuestro trabajo y a través de los resultados obtenidos por nuestros clientes, el compromiso, la pasión y la excelencia que caracteriza a nuestro equipo de trabajo

1.2.6. Visión

Ser la corporación especializada en el departamento de Recursos Humanos, preferida por las mejores empresas nacionales y transnacionales de la región centroamericana

1.2.7. Objetivos Institucionales

Sus objetivo es brindarle a sus clientes el mejor resultado, con el mejor servicio, en el menor tiempo del mercado nacional y Centroamericano

Valores

- Calidad de servicio
- Pasión por el trabajo
- Compromiso

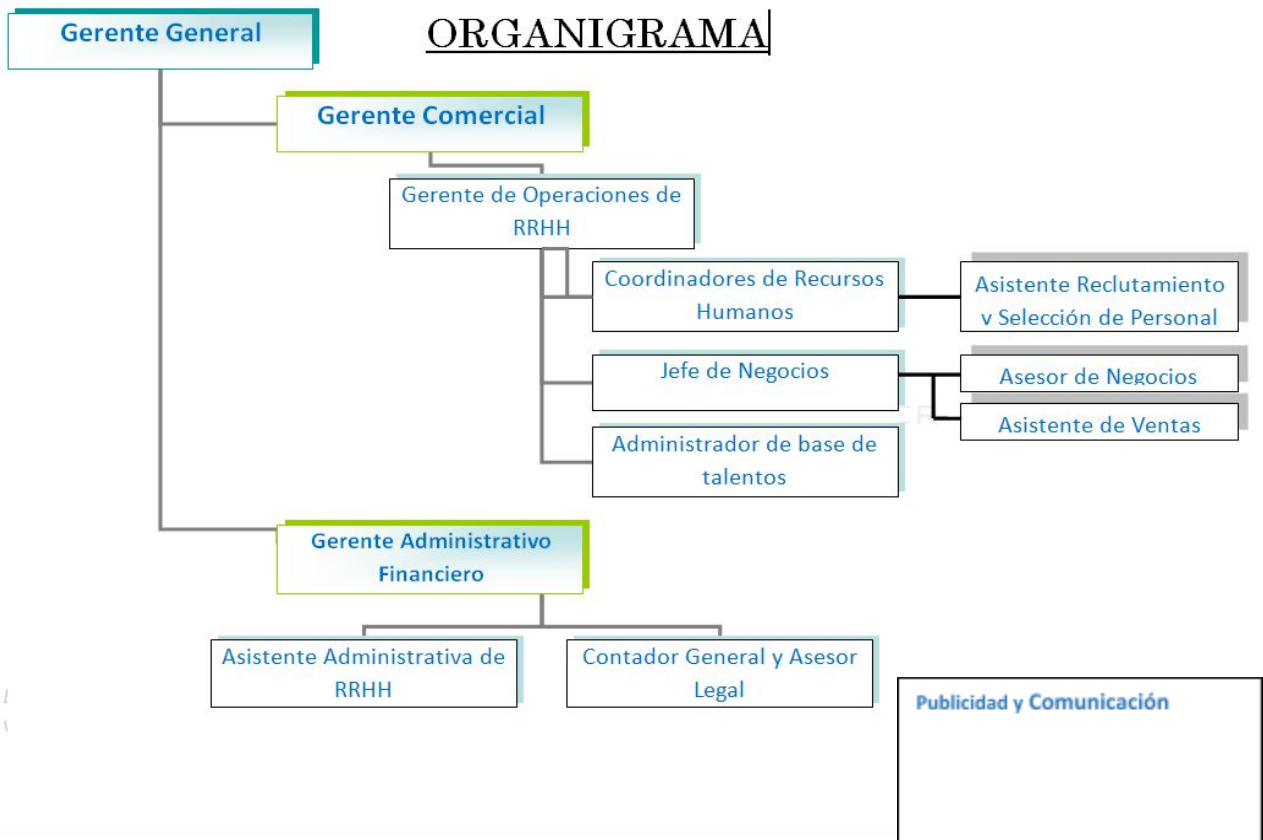
- Excelencia
- Amistad
- Adaptabilidad

1.2.8. Público Objetivo

Gerentes y Empresarios para venta de servicios de Reclutamiento y Candidatos para plazas vacantes

1.2.9. Organigrama

Fuente BMC Groups.



1.3. Metodología

1.3.1. Descripción del método

Método de investigación

Se utilizó el enfoque cuantitativo porque recopila información a través de un mayor número de participantes. Este enfoque examina un gran número de individuos y aplica técnicas estadísticas para reconocer patrones generales. Taylor y Bogdan (1984).

Dentro de la empresa se reunió información relativamente grande de participantes, y formular políticas para poder determinar las decisiones de lo que se debe hacer. Investigación

Tipo de investigación

La presente investigación consiste en un estudio descriptivo de nuestro tema central, pues es un tipo de estudio en el que no existe manipulación o control sobre las variables, las cuales son descritas tal como se presentan; es decir, sin incluir metodología experimental.

Como resultado del análisis de datos, se ofrecerá al lector del presente plan una visión panorámica del tema con una metodología fundamentalmente descriptiva.

1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección

Observación participativa

Según Taylor y Bogdan (1984) es a través de los sentidos, el método más antiguo usado por los investigadores para describir y comprender la naturaleza y el ser humano. La observación pretende describir, explicar, y comprender, descubrir patrones. Es un instrumento que viene dado al ser humano, que utiliza la información que captan nuestros sentidos, y permite el aprendizaje.

Encuesta

Para la investigación se utilizó un cuestionario con opción de sí y no para medir el clima laboral y la comunicación interna, una herramienta útil y eficaz para recolectar la información en un tiempo relativamente breve. Según Trespalacios, Bello, & Vazquez, (2005) los cuestionarios son herramientas de investigación descriptiva que precisan en identificar las preguntas a efectuar, los individuos seleccionados en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método utilizado para recabar la información que se vaya obteniendo.

1.3.3. Cronograma del Diagnóstico

Actividad	S	S	S	S	S	S
	e	e	e	e	e	e
	m	m	m	m	m	m
	1	2	3	4	5	6
Fase propedéutica 100% presencial:						
Proceso de autorización empresa						
Recolección de datos						
Elaboración de encuesta						
Toma de fotografías						
Medición de resultados de encuesta						
Entrega de Diagnóstico en plataforma						

1.4 Recopilación de datos

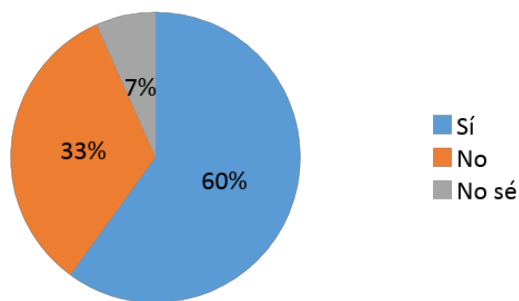
1.4.1 Resultados de la observación

Luego de presentar los resultados obtenidos por medio de la aplicación del instrumento, se realiza la siguiente discusión de resultados. El 40% de los colaboradores afirmó que cada vez que sus jefes inmediatos les proveen información es de manera clara y entendible, ya que la misma es explicada de forma simple para que se comprenda lo que se debe realizar y con esto evitar malos entendidos; por otra parte solamente una minoría, que representa el 60%, indicó que la información no es bien explicada y sus jefes inmediatos no se dan a entender, de la misma manera la totalidad de los supervisores opinaron que la comunicación que se da dentro de la organización es clara y entendible porque es precisa y concreta. García, (2007) dice que la comunicación interna se basa en las relaciones laborales flexibles que permiten alcanzar los objetivos y metas propuestas. Esta comunicación debe darse en toda la organización y tener una retroalimentación constante para lograr los mejores resultados, también existe como elemento globalizador de información imprescindible para el buen funcionamiento de la empresa, éste incide directamente en la motivación de los trabajadores y, en consecuencia, en el clima laboral notándose sus efectos en la productividad.

1.4.1. Gráficas e interpretaciones del resultado de las encuestas

Gráfica 1

1. ¿Conoce la Misión de BMC Groups?

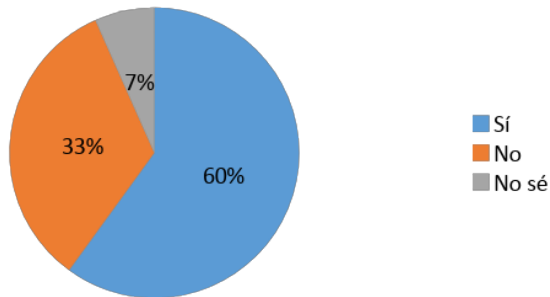


Brizzio Izeppi 2019

El Resultado de esta gráfica refleja que la mayoría conoce la Misión de la empresa (BMC Groups) ya que en la mayoría de casos esto es algo que los empleados desconocen, y les ayuda a determinar objetivos.

Gráfica 2

2. ¿Conoce la Visión de BMC Groups?

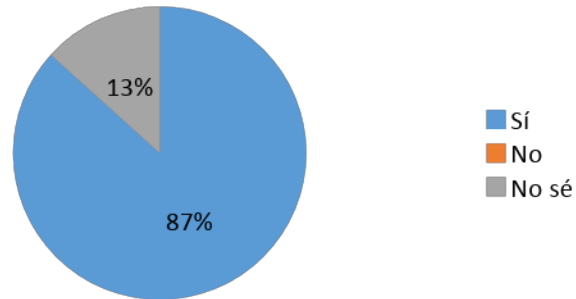


Brizzio Izeppi 2019

Igualmente como en la gráfica anterior la Visión es conocida por la mayoría de empleados, esto les indica hacia dónde se dirige la empresa o institución de manera que pueden observar en dónde o en qué punto se encuentran establecidos, cabe resaltar que en ambas gráficas son los mismos porcentajes, por lo que se debe trabajar en el 40% restante del que no se obtuvo una respuesta positiva, de tal manera que todos los empleados sepan cuáles son la misión y visión correspondientes.

Gráfica 3

3. ¿Se siente parte del equipo de BMC Groups?

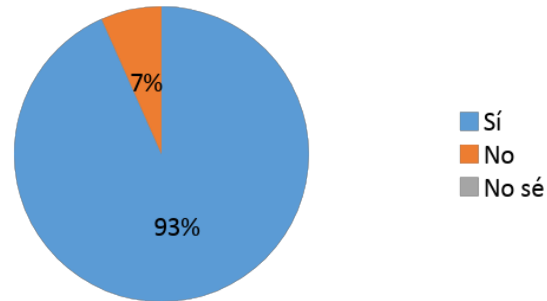


Brizzio Izeppi 2019

El sentido de pertenencia es muy importante, por lo que en la presente gráfica se aprecia que gran parte del recurso humano se siente parte de la institución, es decir que sienten que son tomados en cuenta en las acciones de la empresa, sin embargo hay un pequeño grupo en el que se debe trabajar para poder unirlos a este sentir.

Gráfica 4

4. ¿Sabe usted quién es su jefe directo?

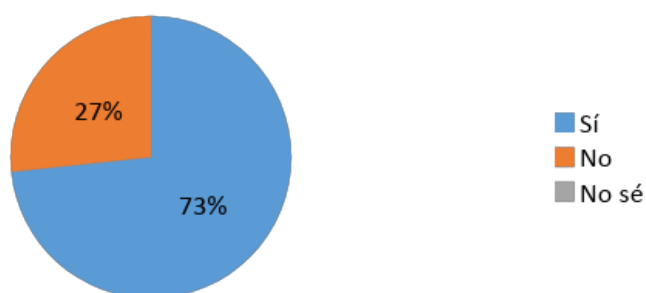


Brizzio Izeppi 2019

En la mayoría de casos, sabemos quién es nuestro jefe inmediato y esta no es la excepción, tenemos un buen porcentaje de quienes saben quién es su jefe y autoridad inmediata, esto es algo muy importante ya que las jerarquías empresariales deben respetarse, sin embargo, observamos que, aunque pequeño, sí existe un porcentaje que indican que lo desconocen, por lo que se informará constantemente para que no ocurran estos casos.

Gráfica 5

5. ¿Su jefe directo le ha explicado claramente las funciones de su puesto y los límites de sus responsabilidades?

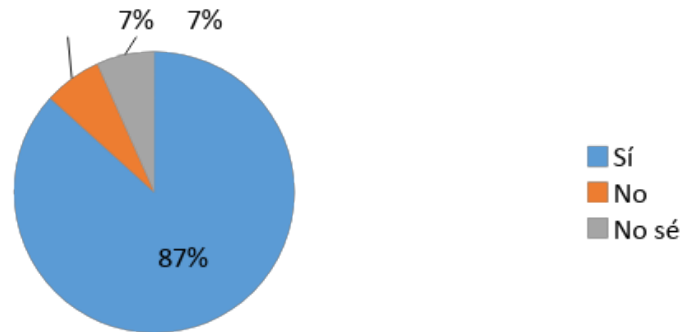


Brizzio Izeppi 2019

La presente gráfica representa un tema que es muy importante en donde se ve la comunicación entre empleados y autoridades, la cual es de suma prioridad para que los proyectos diarios y de largo plazo se den con la menor cantidad de inconvenientes y de la forma más efectiva; como empleado si se tiene alguna duda se debe de aclarar y resolver y por parte de sus superiores se debe invertir el tiempo necesario para que esto ocurra y con la mejor actitud, en este caso la mayoría de empleados expresaron que sí han recibido las instrucciones por parte de sus jefes.

Gráfica 6

6. ¿Tiene conocimiento sobre el uso de las herramientas que permiten una comunicación fluida dentro de su área de trabajo?

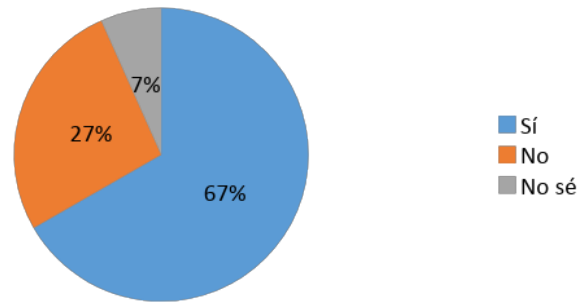


Brizzio Izeppi 2019

Las herramientas para mantener una buena comunicación dentro y fuera de la empresa son indispensables, con ellas el trabajo fluye con normalidad y los empleados pueden trabajar sin inconvenientes, esta gráfica se muestra con un porcentaje alto del conocimiento de las mismas, y otro pequeño grupo que lo desconoce.

Gráfica 7

7. ¿Considera que existe una buena comunicación ascendente?

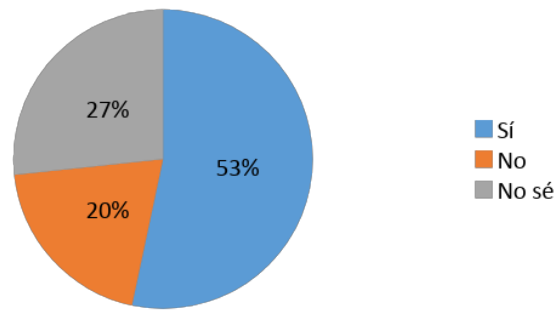


Brizzio Izeppi 2019

La comunicación entre empleados y superiores se ve reflejada en esta gráfica, se puede observar que la mayoría de empleados considera que sí hay una buena comunicación, pero un 27% considera que no y otro 6% lo desconoce, se debe trabajar en esta área ya que puede causar desaciertos más adelante o una mala proyección de la institución

Gráfica 8

8. ¿Considera que existe una buena comunicación descendente?

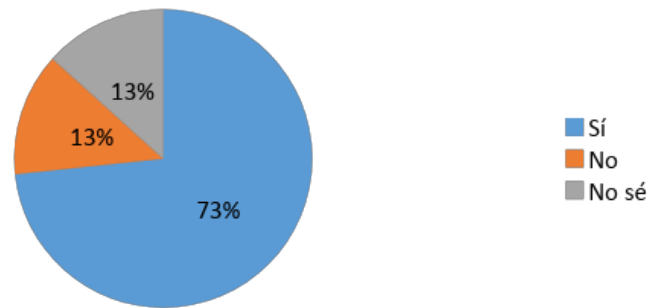


Brizzio Izeppi 2019

Por este lado de la comunicación se ve un porcentaje casi de la mitad de quienes consideran una buena comunicación descendente, esto sucede muchas veces por la carga de trabajo de los superiores y por la entrega de proyectos que tienen un tiempo estipulado

Gráfica 9

9. ¿Existen oportunidades para dar a conocer sus ideas y compartir las mejores prácticas de conocimientos dentro de su área de trabajo?

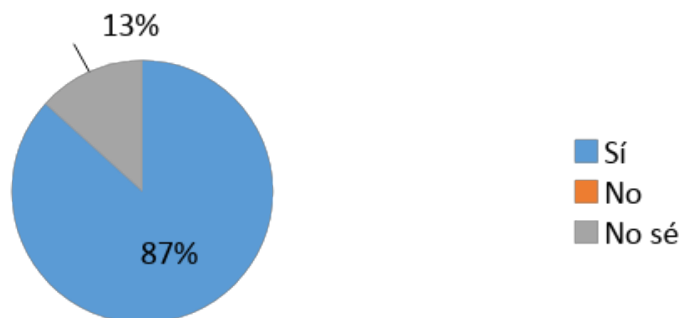


Brizzio Izeppi 2019

El resultado de esta grafica refleja que en BMC Groups si existen oportunidades para exponer nuevas ideas y las mejores, sean dadas a conocer mediante exposiciones constantes, esto hace que los empleados constantemente se superen a sí mismos.

Gráfica 10

11. ¿La información que recibe es útil e importante para el desarrollo de sus actividades?

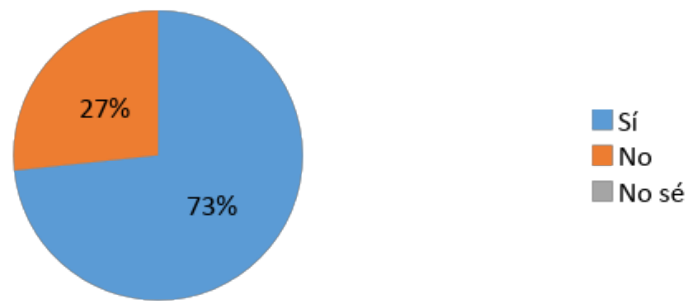


Brizzio Izeppi 2019

En la gráfica podemos observar que el personal cuenta con fuentes confiables y un buen manejo de la información obtenida, como un buen flujo de información descendente.

Gráfica 11

12. ¿La comunicación con sus compañeros de trabajo permite el desarrollo de buenas relaciones interpersonales?

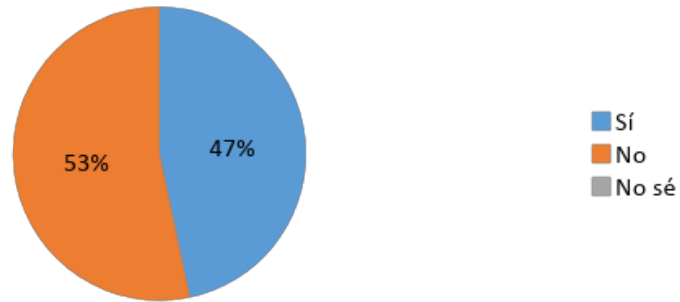


Brizzio Izeppi 2019

La mayoría cree que una buena comunicación fortalece las relaciones interpersonales ya que en algunos casos de otra manera no existirá relación alguna, una pequeña parte de la población le es indiferente el crear cualquier tipo de relación.

Gráfica 12

13. ¿La información que recibe, con frecuencia, es a través de rumores y canales informales de comunicación?

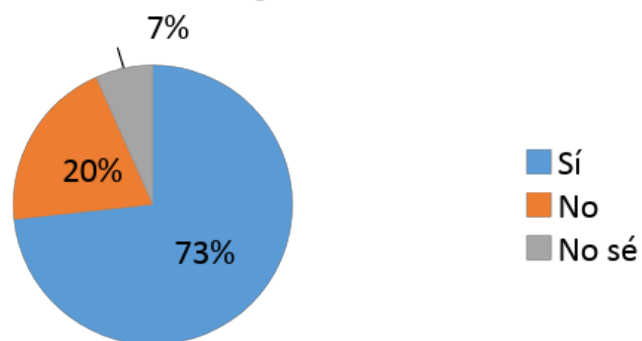


Brizzio Izeppi 2019

En esta gráfica podemos observar que los canales de información están divididos la mayor parte de la información se comunica a través de los medios formales, aunque una gran parte se transmite a través de los medios informales.

Gráfica 13

14. ¿Se le informa a tiempo de las actividades que se organizan en su trabajo?



Brizzio Izeppi 2019

Esta gráfica muestra que la información sobre las actividades llegan a una gran parte de los empleados, sin embargo existe una parte a la cual no le llega la información, se recomienda ampliar los canales de información general y buscar otros métodos para llegar al 20% restante.

1.5. Radiografía de la institución

FODA

1.5.1. Fortalezas

- Existe confianza y empatía entre los miembros de la empresa.
- Buen ambiente laboral.
- Apoyo de la empresa para la implementación nuevos proyectos, para mejorar la comunicación de la misma

1.5.2. Oportunidades

- Implementar un plan estratégico de comunicación interna
- Crear nuevas herramientas de comunicación
- Capacitar al personal para el uso de las nuevas herramientas de comunicación.

1.5.3. Debilidades

- La empresa no utiliza numerosas herramientas de comunicación.
- Existen barreras de comunicación
- No existen capacitaciones al personal

1.5.4. Amenazas

- Vulnerabilidad sobre la información en los procesos de trabajo
- Poco interés por tener buena comunicación.
- Mensajes erróneos a los trabajadores

CAPÍTULO II

2. Plan de comunicación

2.1 Antecedentes Comunicacionales

En base a toda la información que se ha logrado recolectar durante esta investigación se puede resaltar que las falencias que presenta la comunicación organizacional interna de la empresa Business Management Center están repercutiendo sobre la coordinación de las actividades dentro de la organización. La comunicación organizacional influye directamente sobre la baja productividad de la empresa así como también en las actitudes de los trabajadores.

Muchos de los colaboradores de la empresa conocen muy poco los tipos de comunicación que existen dentro de la institución, y califica como regulares los medios de comunicación internos con los que cuenta Business Management Center. Además la distribución de funciones afecta directamente sobre el trabajo en equipo y cabe resaltar que el clima organizacional de la empresa no es el más adecuado para el correcto desenvolvimiento de los trabajadores.

Por último la comunicación organizacional interna de la empresa Business Management Center no está cumpliendo las funciones que debería, como son generar identificación institucional por parte del trabajador hacia la empresa y tampoco fortalece las relaciones interpersonales entre los colaboradores.

2.2. Objetivos de Comunicación

2.2.1. Objetivo General

Impulsar el fortalecimiento de la comunicación organizacional interna de la empresa Business Management Center por medio del diseño de estrategias.

2.2.2. Objetivos específicos

- Mejorar la comunicación interna de los trabajadores por medio de capacitaciones
- Reforzar a través de comunicados digitales la misión de la empresa, su filosofía y valores
- Potenciar la identidad y el sentimiento de pertenencia de los trabajadores a la empresa para conseguir retener el talento.

2.2.2.1. Estratégicos

2.3. Público Objetivo

Personal interno de la empresa, hombres y mujeres que laboran actualmente para BMC

2.4. Mensaje

Comunicación, eficacia y adaptabilidad

2.5.Estrategias

Estrategia 1: Reestructuración de medios de comunicación internos

En esta estrategia se hizo uso de la tecnología digital junto a medios impresos para evolucionar los medios de comunicación internos de BMC de acuerdo al nivel de impacto, el tipo de información, y periodicidad de actualización

Estrategia 2: Dinamizar la cultura organizacional

Se actualizaron y dinamizaron elementos gráficos de la cultura organizacional que no existían en la empresa con la finalidad de crear un clima organizacional eficiente.

Capacitación

Se realizó una capacitación tocando los temas de Bienvenida a la empresa y reglamento interno para conocimiento del personal antiguo y de nuevo ingreso para que se apeguen al proyecto de comunicación implementado.

2.6. Acciones de Comunicación

Acción	Objetivo comunicacional
Cartelera digital	Se colocó de manera estratégica una pantalla de 21” en el corredor principal de la empresa para su fácil visualización, teniendo en cuenta que se comunica diariamente información importante que comprenden asuetos, fechas de cumpleaños, noticias y videos motivacionales para los miembros de la empresa, los cuales son programados por la asistente de RRHH, quien le envía la información al diseñador para que pueda publicarla en la pantalla a través de una USB.

Acción	Objetivo comunicacional
Rótulos Informativos	Se diseñaron 11 letreros con los colores institucionales de la empresa distribuidos en cada área de la empresa para que los empleados reconozcan los departamentos y el uso de las instalaciones sin problemas.

Acción	Objetivo comunicacional
Guías de procesos	Con la finalidad que los trabajadores tengan presente los procesos de sus atribuciones se

	diseñaron 7 banners en pvc de 60 cm específicos por área con información autorizada y brindada por Recursos Humanos y se instalaron en las paredes de los departamentos.
--	--

Acción	Objetivo comunicacional
Banner	Se diseñó e instaló un banner el cual se plasmó en material pvc de 2 metros de largo por 1.5 metros de alto en el cual se hizo ver la misión y visión de la empresa junto con los servicios que se presentan, en el área de recepción.

Acción	Objetivo comunicacional
Arte Motivacional	Se pintó en las paredes principales de la empresa gráficos que motivarán a los empleados en su diaria labor, contribuyendo en sus sentimientos, actitudes y valores dentro de la empresa.

Acción	Objetivo comunicacional
Capacitación	Se realizó una capacitación tocando los temas de Bienvenida a la empresa y reglamento

	<p>interno para conocimiento del personal antiguo y de nuevo ingreso para que se apeguen al proyecto de comunicación implementado.</p>
--	--

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. PROYECTO DESARROLLADO

3.1.1. Financiamiento

La gerencia y el jefe de recursos humanos de la empresa Business Management Center son los encargados de administrar y ejecutar la presente propuesta, tomando en consideración la

3.1.2. Presupuesto

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
resma de papel para guias de evaluacion	3	Q 5.00	Q 15.00
Afiches con procesos internos de comunicación	5	Q 10.00	Q 50.00
lapiceros	5	Q 1.00	Q 5.00
Lápiz	5	Q 1.00	Q 5.00
USB	1	Q 45.00	Q 45.00
Copias	30	Q 0.25	Q 7.50
Impresiones	30	Q 0.25	Q 7.50
Transporte /Gas	1	Q 800.00	Q 800.00

Alimentación	60	Q 10.00	Q 600.00
Subtotal		Q 1535.00	
Total			Q1535.00

3.1.3 Beneficiarios

El departamento de Recursos Humanos para mantener una buena comunicación interna con los empleados y así poder seguir operando en el futuro con las herramientas aportadas.

3.1.4 Recursos humanos

Se entrevistó a la gerente de recursos humanos de la empresa BMC , pues el departamento es clave en la toma de decisiones y encargado de velar por que se ejecute el plan de comunicación. A estos sujetos se decidió hacer una entrevista a profundidad. La entrevista a profundidad es una forma no estructurada e indirecta de obtener información. Se realizan a una sola persona y pueden tener una duración de 30 a 60 minutos. Para llevar a cabo las entrevistas a profundidad con los sujetos se realizó una guía de 15 preguntas la cual se utilizó en ambas entrevistas.

3.1.5 Áreas geográficas de acción

Instalaciones 15 avenida 4-39 zona 13 de ciudad de Guatemala.

3.2 ACCIONES Y ESTRATEGIAS DESARROLLADAS

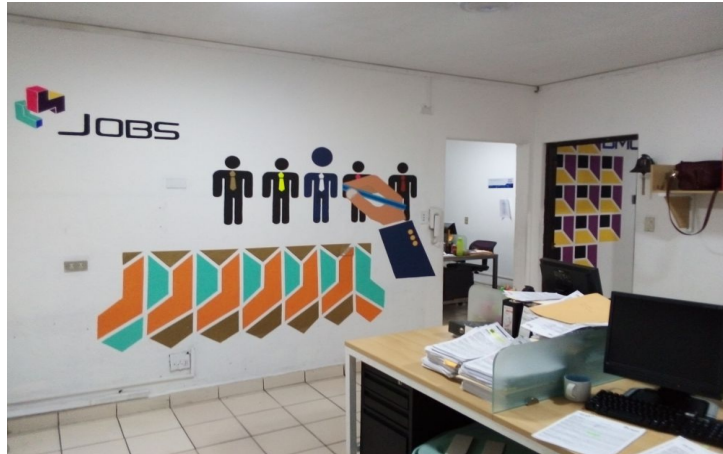
Banner

Se diseñó e instaló un banner el cual se plasmo en material pvc de 2 metros de largo por 1.5 metros de alto en el cual se hizo ver la misión y visión de la empresa junto con los servicios que se presentan, en el área de recepción



Arte Motivacional

Se pintó en las paredes principales de la empresa gráficos que motivaran a los empleados en su diaria labor, contribuyendo en sus sentimientos, actitudes y valores dentro de la empresa.



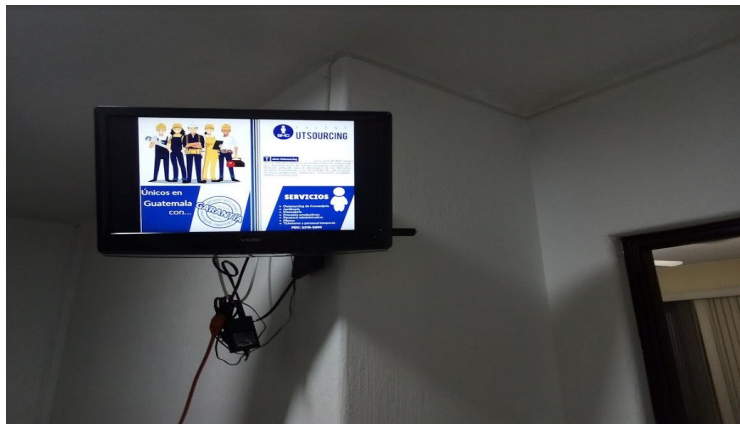
Guías de procesos

Con la finalidad que los trabajadores tengan presente los procesos de sus atribuciones se diseñaron 7 banners en pvc de 60 cm específicos por área con información autorizada y brindada por Recursos Humanos y se instalaron en las paredes de los departamentos



Cartelera:

Se colocó de manera estratégica una pantalla de 21” en el corredor principal de la empresa para su fácil visualización, teniendo en cuenta que se comunica diariamente información importante que comprenden asuetos, fechas de cumpleaños, noticias y videos motivacionales para los miembros de la empresa, los cuales son programados por la asistente de RRHH, quien le envía la información al diseñador para que pueda publicarla en la pantalla a través de una USB.



Capacitación

Se realizó una capacitación tocando los temas de Bienvenida a la empresa y reglamento interno para conocimiento del personal antiguo y de nuevo ingreso para que se apeguen al proyecto de comunicación implementado.

Rótulos informativos

Se diseñaron 11 rótulos con los colores institucionales de la empresa distribuidos en cada área de la empresa para que los empleados reconozcan los departamentos y el uso de las instalaciones sin problemas.



Control y seguimiento (evaluación)

Acciones de estrategia	Indicadores cuantitativos	Indicadores cualitativos
Cartelera	Se colocó una cartelera en la cual se actualizaron temas de interés para los empleados (proceso y actividades de la empresa).	Los empleados lo recibieron con agrado y se mostraron interesados en el contenido publicado en la cartelera.
Cartelera digital	Se instaló una pantalla de 21” como cartelera digital en la cual se proyectaron: flyers de información recreativa e informativa según RRHH lo requirió, también se utilizó para motivar a los colaboradores a través de videos de superación.	La herramienta es de fácil uso y programación para el departamento de RRHH, quienes mostraron satisfacción al ver la versatilidad para generar contenido.
Capacitaciones	Se implementaron capacitaciones 1 vez al mes tocando los temas: reglamento interno y seguridad industrial.	Todos los integrantes se mostraron interesados y participativos en los temas que se abordaron en las capacitaciones
Letreros informativos	Se colocaron 20 letreros, distribuidos en cada área de la empresa para que los empleados reconozcan los	Los empleados manifestaron facilidad para identificar y encontrar los departamentos dentro de la empresa.

	departamentos sin problema.	
--	-----------------------------	--

Tabla No.2 Elaborada por: Brizzio Izeppi

CONCLUSIONES

Las carencias que presenta la comunicación organizacional interna está repercutiendo sobre la coordinación de las actividades dentro de la organización.

La comunicación organizacional influye directamente sobre la baja productividad de la empresa

Business Management Center así como también en las actitudes de los trabajadores.

Muchos de los trabajadores de la empresa conocen muy poco los tipos de comunicación que existen dentro de la institución, y califica como regulares los medios de comunicación internos con los que cuenta Business Management Center.

La distribución de funciones afecta directamente sobre el trabajo en equipo y además hay que resaltar que el clima organizacional de la empresa Business Management Center no es el más adecuado para el correcto desenvolvimiento de los trabajadores.

Se concluye que la comunicación organizacional interna de la empresa Business Managemet Center no está cumpliendo las funciones que debería, como son generar identificación institucional por parte del trabajador hacia la empresa y tampoco fortalece las relaciones interpersonales entre los colaboradores.

RECOMENDACIONES

Corregir las carencias que presenta la comunicación organizacional interna con la finalidad de mejorar la coordinación de las diferentes actividades que se desarrollan dentro de la organización.

Es urgente mejorar la comunicación organizacional interna en pro de incrementar la productividad de la empresa Business Management Center y así también mejorar las actitudes de los trabajadores.

Dar a conocer a cada uno de los colaboradores de la empresa cuales son los tipos de comunicación con los que trabaja la institución, y además lograr que identifiquen los medios de comunicación internos con los que se cuenta.

Analizar la actual distribución de funciones de la empresa y su incidencia sobre el trabajo en equipo.

Mejorar el clima organizacional de la empresa Business Management Center con la finalidad de tener un correcto desenvolvimiento de los trabajadores.

Diseñar estrategias para el mejoramiento de la comunicación organizacional interna con el objetivo de que esta pueda cumplir sus principales funciones que como son: Generar identificación institucional por parte del trabajador hacia la empresa y fortalecer las relaciones interpersonales entre los colaboradores.

Bibliografía

- ANDER-EGG, E. (2011). El Trabajo en Equipo. México, México : Editorial Progreso.
- ALVAREZ, G. (2011). Cambio Organizacional y Disciplinario. México , México : Plaza y Valdés S.A.
- MARTINEZ, M. d. (2011). Orientación al Mercado, Un Modelo Desde la Perspectiva de Aprendizaje Organizacional. México, México: UAA.
- RUIZ, A. (2010). La Comunicación Oral en la Empresa. Madrid, España: Arco Libros.
- CARRETÓN, C. (2007). Las relaciones públicas en la comunicación interna de la Banca española. España: netbiblo.
- QUIROGA PARRA, Darío. Comunicación, clima y cultura para la gestión del conocimiento: Pymes metalmecánicas de Cali. En: Universidad & Empresa: Universidad del Rosario.
- ESPADA. M de (2002). Modelo de motivación Nuestro motor emocional “La Motivación”.
- GARCÍA, J. La comunicación interna. España: Ed. Diaz de Santos

E-grafía

- P Ferrer, Argeia Periodismo científico y desarrollo recuperado de <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/29066/1/periodismo-cientifico.pdf> (10-06-2015)
- (2002) Sanchez Luisa, <http://www.saladeprensa.org/art633.htm> 21-07-2015 Sedano, Vladimir (2007) causas del ausentismo ciudadano desde un enfoque de comunicación para el desarrollo Lima
- Perú, <http://www.monografias.com/trabajos-pdf2/ausentismo-ciudadano-presupuestoparticipativo-municipal/ausentismo-ciudadano-presupuesto-participativo-municipal.pdf> (10-06-2015) Rosario, matriz foda, recuperado de www.matrizfoda.com

ANEXOS

ENCUESTA



Estimado encuestado, el siguiente instrumento pretende recoger información de carácter confidencial y de uso académico. Gracias por su atención y tiempo.

“Comunicación en la empresa”

-Lea detenidamente y marque la casilla que corresponda a su respuesta-

SEXO: F M

1. ¿Conoce la Misión de BMC Groups?

SI NO NO SE

2. ¿Conoce la Visión de BMC Groups?

SI NO NO SE

3. ¿Se siente parte del equipo de BMC Groups?

SI NO NO SE

4. ¿Sabe usted quién es su jefe directo?

SI NO NO SE

5. ¿Su jefe directo le ha explicado claramente las funciones de su puesto y los límites de sus responsabilidades?

SI NO NO SE

6. ¿Tiene conocimiento sobre el uso de las herramientas que permiten una comunicación fluida dentro de su área de trabajo?

SI NO NO SE

7. ¿Considera que existe una buena comunicación ascendente?

SI NO NO SE

8. ¿Considera que existe una buena comunicación descendente?

SI NO NO SE

9. ¿Existen oportunidades para dar a conocer sus ideas y compartir las mejores prácticas de conocimientos dentro de su área de trabajo?

SI NO NO SE

10. ¿Recibe en forma oportuna la información que requiere para su trabajo?

SI NO NO SE

11. ¿La información que recibe es útil e importante para el desarrollo de sus actividades?

SI NO NO SE

12. ¿La comunicación con sus compañeros de trabajo permite el desarrollo de buenas relaciones interpersonales?

SI NO NO SE

13. ¿La información que recibe, con frecuencia, es a través de rumores y canales informales de comunicación?

SI NO NO SE

14. ¿Se le informa a tiempo de las actividades que se organizan en su trabajo?

SI NO NO SE

15. ¿Considera eficaces las herramientas comunicacionales dentro de su área de trabajo?

SI NO NO SE





Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Brizzio Rodolfo Izeppi Carias
No. Carné y DPI: 201016623/2498758100101
Jefe o Encargado (a): Javier Carbonell
Institución o Empresa: Business Management Center
Supervisor de EPSL: M.A. Evelin Hernández

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 14 / Al: 17	Mayo	8	8	8	8	8	0	40 Horas.
2	Del: 20 / Al: 24	Mayo	8	8	8	8	8	0	40 Horas.
3	Del: 27 / Al: 31	Mayo	8	8	8	8	8	0	40 Horas.
4	Del: 03 / Al: 07	Junio	8	8	8	8	8	0	40 Horas
5	Del: 10 / Al: 14	Junio	8	8	8	8	8	0	40 Horas
6	Del: 17 / Al: 21	Junio	8	8	8	8	8	0	40 Horas
7	Del: 24 / Al: 28	Junio	8	8	8	8	8	0	40 Horas
8	Del: 01 / Al: 03	Julio	8	8	4	0	0	0	20 Horas
9	Del: / Al:								
10	Del: / Al:								
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									300 hrs.

(f)
 Licda/ Patricia Pérez
 RRHH Business Management Center



M.A. Evelin Hernández



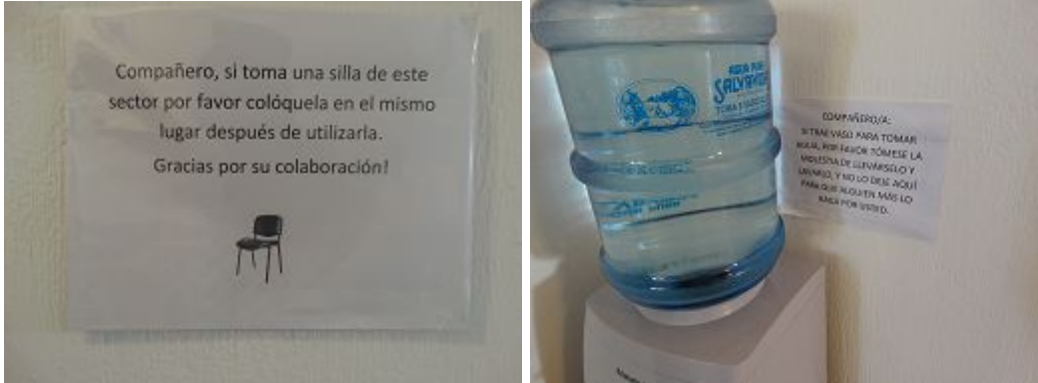
Fotografías Internas en el área en el cual se desarrolló el proyecto.



Instalaciones Internas BMC Groups , área de pruebas psicométricas.



Colaboradores internos, áreas específicas de trabajo.



Rotulaciones básicas dentro de las instalaciones de la empresa BMC Groups.