

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



**“PLAN DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA
DE LA EMPRESA RIZOBACTER CENTROAMERICANA, S.A.”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

LORENA ELIZABETH MURCIA VÉLIZ

199822168

Previo a optar el título de

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala 23 de septiembre del 2,019

Consejo Directivo:

Director:

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes:

M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijilio

Representantes Estudiantiles:

Gabriela Eugenia Menegazzo

Herber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representates 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 Nájera



Guatemala, 16 de septiembre de 2019

M.A. Luis Pedroza
Coordinador
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Maestro Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que el(a) estudiante(a) epesista “**LORENA ELIZABETH MURCIA VELIZ**” con número de carné: “**199822168**” de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en “**Coordinación de Comunicación**” cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **14 de mayo** al **20 de julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: “**PLAN DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA EMPRESA RIZOBACTER CENTROAMERICANA, S.A.**” entregando el material respectivo y debidamente recibido por: “**RIZOBACTER CENTROAMERICANA, 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

Licda. ~~Anythe Fuentes~~
Gerente Administrativo

EMPRESA CONTROLADORA DE PLAGAS DOMESTICAS
RIZOBACTER CENTROAMERICANA
13 CALLE "B" 30-74 CIUDAD DE PLATA | ZONA 7
GUATEMALA, GUATEMALA

DICTAMEN FAVORABLE



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



Guatemala, 4 de octubre de 2019

Estudiante
Lorena Elizabeth Marcia Véliz
Carné: 199822168
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

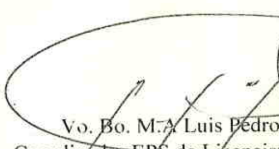
Por este medio informo a usted, que he revisado el informe final de su proyecto de EPS de Licenciatura con título: **“PLAN DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA EMPRESA RIZOBACTER CENTROAMERICANA, S.A.”**. El citado trabajo llena los requisitos del rigor del presente programa, 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




V.o. Bo. M. A. Luis Pedroza
Coordinador EPS de Licenciatura





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

DEDICATORIA

A DIOS : *Por todas las bendiciones y oportunidades recibidas durante toda mi vida. Por brindarme sabiduría, habilidades y la disciplina necesaria para poder culminar esta meta.*

A MI MADRE: *Delia Véliz (Q.E.D.) con amor especial por su esfuerzo incansable, su amor y apoyo incondicional. Gracias por motivarme desde mi niñez para convertirme en una profesional de éxito, y por creer siempre en mí.*

A MI PAPITO: *Hugo García, por su amor y esfuerzo. Gracias por cuidarme y apoyarme en cada paso de mi vida.*

A MI HIJO: *Jonathan, por ser el motor de mis días y el motivo para intentar ser una mejor persona cada día. Que este logro sea un ejemplo de esfuerzo y perseverancia para tu vida.*

A MI TOBY: *Por acompañarme en mis noches de desvelo mientras realizaba este proyecto.*

AGRADECIMIENTOS

A MI CASA DE ESTUDIOS: *Universidad de San Carlos de Guatemala por abrir sus puertas para formarme profesionalmente, especialmente a la Escuela de Ciencias de la Comunicación, a sus autoridades y docentes.*

A M.A. LUIS PEDROZA: *Por guiar y apoyar con tanto entusiasmo a sus estudiantes.*

A LIC. JOSUÉ ANDRADE: *Por su tiempo, apoyo y asesoría.*

A RIZOBACTER CENTROAMERICANA, S.A.

Por la oportunidad de formar parte de su equipo de trabajo. A la familia Fuentes Nájera, por su apoyo y confianza en esta etapa de mi carrera. A mis compañeros de labores, en especial a Vasleska Guerra por su tiempo y gran apoyo.

A MIS AMIGAS: *Licda. Gabriela García y Licda. Débora Cabrera, agradezco su tiempo y aportes, pero sobre todo gracias por su valiosa amistad.*

A Rina Castillo y Mildred Quemé, las mejores amigas que puede encontrar no solo en la Universidad, sino en la vida.

A JUAN CARLOS BOLAÑOS: *Amigo y compañero de estudios, infinitas gracias por tu valioso apoyo en este proceso.*

A todas aquellas personas que en algún momento me acompañaron en el camino de mi formación profesional.

INDICE

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.....	1
1.2.1. La ubicación geográfica.....	1
1.2.2. Integración y alianzas estratégicas.....	2
1.2.3. Antecedentes o historia.....	2
1.2.4. Departamentos o dependencias.....	2
1.2.5. Misión.....	3
1.2.6. Visión, Política de calidad.....	3
1.2.7. Objetivos institucionales.....	3
1.2.8. Público objetivo.....	4
1.2.9 Organigrama.....	4
1.3 METODOLOGÍA	
1.3.1. Descripción del Método.....	5

1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección.....	5
1.3.3. Cronograma del diagnóstico.....	6
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS.....	15
1.4.1 Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas y entrevistas.....	15
1.5 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN.....	16
1.5.1. Fortalezas.....	16
1.5.2. Oportunidades.....	16
1.5.3. Debilidades.....	16
1.5.4. Amenazas.....	16
 CAPÍTULO II	
2. PLAN DE COMUNICACIÓN	17
2.1. Antecedentes comunicacionales.....	17
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....	17
2.2.1. Objetivo General.....	17
2.2.2. Objetivos específicos.....	17
2.3. PÚBLICO OBJETIVO.....	18
2.4 MENSAJE.....	18
2.5 ESTRATEGIAS.....	19
2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN.....	20
 CAPÍTULO III	
3. INFORME DE EJECUCIÓN.....	21

3.1 PROYECTO DESARROLLADO	21
3.1.1. Financiamiento.....	21
3.1.2. Presupuesto.....	21
3.1.3 Beneficiarios.....	22
3.1.4. Recursos Humanos.....	22
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción.....	22
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS	23
3.3.CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	30
3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO	31
CONCLUSIONES	32
RECOMENDACIONES	33
GLOSARIO DE TÉRMINOS	34
BIBLIOGRAFÍA	37
E GRAFÍA	38
ANEXOS	39

RESUMEN

Nombre de la institución:

Rizobacter Centroamericana, S.A.

Nombre del Proyecto:

“Plan de comunicación para fortalecer la comunicación interna de la empresa Rizobacter Centroamericana, S.A.”

Objetivos del Proyecto:

General:

Presentar estrategias de comunicación para el fortalecimiento de la comunicación interna la empresa Rizobacter Centroamericana, S.A.

Específicos:

- Implementación de nuevos canales de comunicación y mejorar los existentes.
- Renovar la línea gráfica para promover y fortalecer la identidad corporativa.
- Capacitar al personal en temas de comunicación, e informar sobre el uso de las estrategias implementadas.

SINOPSIS

El siguiente informe presenta un plan de comunicación con estrategias y acciones enfocadas a fortalecer la comunicación interna de la empresa Rizobacter Centroamericana, S.A. a través de la implementación de nuevos canales de comunicación y el mejoramiento de los canales existentes.

1. INTRODUCCIÓN

La comunicación es fundamental en todos los ámbitos de la sociedad y uno de ellos es el ámbito empresarial. Una comunicación efectiva es el pilar y el soporte del buen funcionamiento y desarrollo de una empresa, así como el de todos sus colaboradores.

Como parte del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura, se elaboró el presente proyecto que busca fortalecer la comunicación entre los miembros que integran cada departamento de la empresa Rizobacter Centroamericana, S.A. a fin de mejorar el cumplimiento de los objetivos de la misma.

El siguiente informe se trabajó bajo las siguientes etapas:

- Un diagnóstico que detalla la información general de la empresa, análisis FODA, metodología y las técnicas utilizadas para la recolección de datos.
- Un plan de comunicación con objetivos, estrategias y acciones a desarrollar.
- Ejecución de las estrategias y acciones, así como el control y seguimiento de las mismas.
- Para finalizar, se emitieron conclusiones y recomendaciones. Asimismo, se detalla un glosario de términos, bibliografía y anexos.

1. JUSTIFICACIÓN

La necesidad de implementar un plan de comunicación en la empresa Rizoabacter Centraamericana, S.A. surge de los resultados obtenidos en un diagnóstico previo, el cual mostró las falencias comunicacionales y la falta de identidad de los empleados hacia la organización.

Para que exista una comunicación efectiva entre todos los colaboradores de una empresa, se debe establecer estrategias, acciones, medios o canales de comunicación por los cuales se transmita de manera adecuada la información requerida.

Por lo anterior, se consideró importante elaborar un plan de comunicación interna orientado a los objetivos y necesidades de la empresa.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

Diagnóstico de comunicación interna de Rizobacter Centroamericana, S.A.

1.1.OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1. Objetivo general

Diagnosticar la comunicación interna de Rizobacter Centroamericana, S.A.

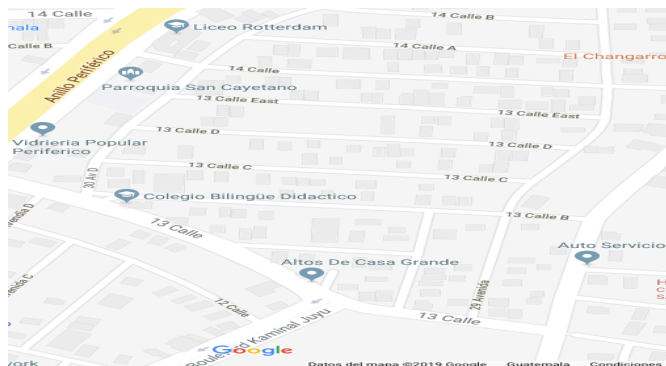
1.1.2. Objetivos específicos

- Verificar la importancia que tiene la comunicación interna para los directivos y colaboradores de la empresa.
- Analizar qué tipo de comunicación existe en la institución.
- Comprobar si los colaboradores conocen la base organizacional de la empresa.
- Determinar que canales de comunicación son los adecuados para transmitir la información institucional.

1.2. LA INSTITUCIÓN- RIZOBACTER CENTROAMERICANA, S. A.

1.2.1. Ubicación Geográfica

Las oficinas están ubicadas en 13 calle “B” 30-74 zona 7, Ciudad de Plata I.



Fuente: Google Maps, 2 de febrero de 2019

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

No tiene.

1.2.3. Antecedentes o Historia

Rizobacter Centroamericana, S.A. nació en el año de 1,985 con el nombre de ASCA, (Asesoría Sanitaria, Consultoría, Capacitación en Alimentos), la cual se dedicó a la asesoría, consultoría y capacitación de empresas, procesadoras de alimentos para el consumo humano, empresas agroindustriales y plantas procesadoras de alimentos balanceados para animales.

La demanda de mercado crea Rizobacter Centroamericana, S.A. ampliando sus servicios en áreas de asesoría sanitaria, fumigación, manejo y control integrado de plagas; el cual está enfocado principalmente en la industria de alimentos para consumo humano, Plantas de procesos alimenticios, Plantas de Medicamentos, agroindustria, Plantas procesadoras balanceados para animales, hotelería, comercio, banca, educación, salud pública y otros.

Su servicio está basado en el concepto de Manejo Integrado de Plagas que abarca distintos programas como: orden, higiene, protección al producto, buenas prácticas de los empleados, control de plagas y mantenimiento de la infraestructura de las instalaciones donde se procesan los productos.

Rizobacter Centroamericana, S.A. es la primera empresa (PIONERA) en Guatemala y Centro América, en estar certificada con la Norma ISO 9001:2008 en Asesoría Sanitaria, Fumigación, Control y Manejo Integrado de Plagas. Nuestra casa matriz se encuentra ubicada en la ciudad de Guatemala.

1.2.4. Departamentos

Gerencia General, Gestión de Calidad, Mejora Continua, Auditoría, Gerencia Comercial, Gerencia de Operaciones, Administración/Recursos Humanos, Coordinación de Comunicación, Compras y Bodega, y Servicio al Cliente.

1.2.5. Misión

Ser la empresa de vanguardia en el control y manejo integrado de plagas, protegiendo nuestro medio ambiente. Creciendo e innovando en nuestros procesos técnicos para la aplicación adecuada y controlada de los productos.

1.2.6 Visión

Somos una empresa dedicada a la Asesoría Sanitaria, al Control y Manejo Integrado de Plagas. Mejoramos continuamente la calidad de nuestros servicios y nuestro desempeño ambiental, comprometidos con el cumplimiento de los requisitos legales aplicables. Promovemos el recurso humano, la rentabilidad de la empresa y la prevención de la contaminación, en especial en el manejo seguro de los plaguicidas para plagas domésticas y en granos almacenados. Brindamos una atención rápida y tecnificada para la satisfacción de nuestros clientes.

Política de calidad:

Somos una empresa guatemalteca dedicada a la asesoría sanitaria, fumigación y manejo integrado de plagas domésticas. Mejoramos continuamente la calidad de nuestros servicios, comprometidos con el cumplimiento de los requisitos legales y aplicables. Promovemos el recurso humano, la rentabilidad de la empresa y la prevención de la contaminación, en especial en el manejo seguro de los plaguicidas para plagas domésticas. Brindamos una atención rápida y tecnificada para la satisfacción de nuestros clientes y partes interesadas pertinentes.

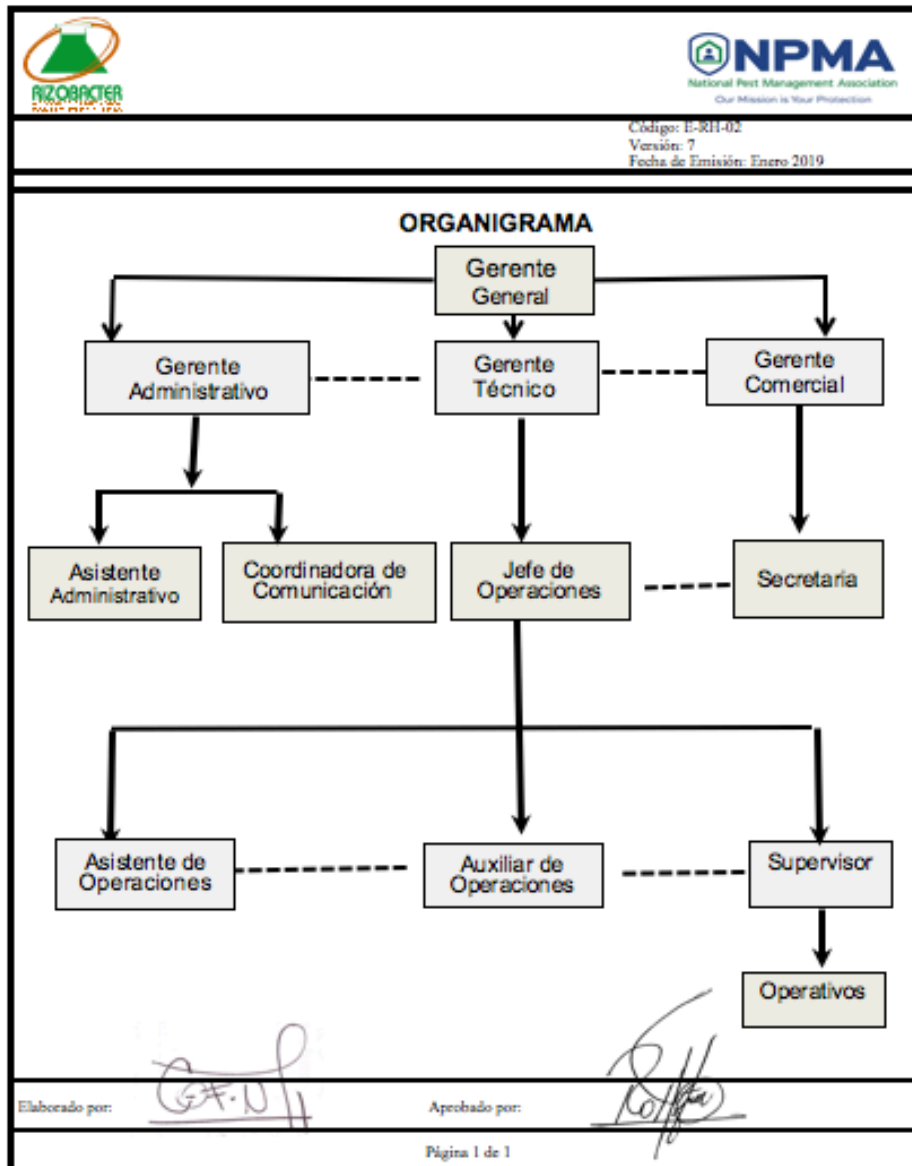
1.2.7. Objetivos Institucionales

- Que por medio de nuestro servicio profesional, brindaremos a la industria y comercio en general, la seguridad de un servicio con Normas Internacionales de Calidad.
- Mantener la Certificación ISO 9001
- Incrementar el número de empresas cada periodo anual
- Mantener un índice de 90% de satisfacción del cliente.
- Mantener el equipo en buen estado para ofrecer un buen servicio.
- Capacitación requerida por el Ministerio de Salud.

1.2.8. Público objetivo

El público objetivo de la institución es la industria en general.

1.2.9. Organigrama



1.3.METODOLOGÍA

La metodología tiene como fin explicar de forma ordenada los procesos de una investigación. En el diagnóstico presente se aplicó el método cualitativo-deductivo.

1.3.1 Descripción del método

- **Método cualitativo-inductivo:**

Este método permite que el investigador y los sujetos de estudio interactúen entre sí, a través de la formulación de preguntas. Sampieri (2006) “las investigaciones cualitativas se fundamentan más en un proceso inductivo explorar y describir, y luego generar perspectivas teóricas. Van de lo particular a lo general” (p17). Las interrogantes planteadas permitirán recolectar datos sobre los puntos de vista de los participantes.

1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección

Para diagnosticar la actual comunicación interna de Rizobacter Centroamericana, S.A. se utilizó la técnica de la observación directa, la encuesta y la entrevista.

- **La observación**

Como su nombre lo indica, consiste en observar determinada un fenómeno o situación para su posterior análisis. En este caso particular se aplicó la observación directa.

El investigador observa eventos ordinarios y actividades cotidianas tal como suceden en sus ambientes naturales, además de cualquier acontecimiento inusual. Está directamente involucrado con las personas estudiadas y con sus experiencias personales. Adquiere un punto de vista “interno” (desde dentro del fenómeno), aunque mantiene una perspectiva analítica o una distancia como observador externo. (Sampieri, 2006, p.18)

- **La Encuesta:**

La encuesta es un instrumento cuantitativo que consta de un cuestionario con interrogantes para obtener información de un tema determinado. La población universo fue de 10 colaboradores que integran las distintas áreas de la empresa.

La encuesta es la técnica que permite la recolección de datos que proporcionan los individuos de una población, o más comúnmente de una muestra de ella, para identificar sus opiniones, apreciaciones, puntos de vista, actitudes, interés o experiencias, entre otros aspectos, mediante la aplicación de cuestionarios, técnicamente diseñados para tal fin. (Niño, 2011, p. 63)

- **La Entrevista:**

Esta técnica sirve para indagar y recolectar información mediante la conversación entre dos o más personas. Melgar (2010) indica que “El uso de informantes, el estudio de casos, las biografías y los cuestionarios se realizan propiamente, a través de entrevistas” p. 90).

Para el estudio en mención se realizó una entrevista no estructurada a 4 gerentes de los distintos departamentos de Rizobacter Centroamericana, S.A.


1.3.3 Cronograma del Diagnóstico:

ACTIVIDADES	ENERO 2019					FEBRERO 2019			
	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 5	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
Propedéutico									
Solicitud de práctica									
Observación									
Recopilación de información									
Elaboración de encuestas y entrevistas									
Análisis e interpretación de datos									
Elaboración de diagnóstico									
Entrega de informe de diagnóstico									

Fuente: Epesista Lorena Murcia Veliz 2019

1.3 RECOPIACIÓN DE DATOS

1.3.1 Ficha de las entrevistas

 EPS LICENCIATURA
ENTREVISTADO: _____
CARGO: _____
FECHA: _____
OBJETIVO: _____

Fuente: Epesista Lorena Murcia Veliz

7.2 Resultado de las entrevistas

La entrevista se aplicó a los gerentes de la institución: Ing. Rolando Fuentes, Gerente General; Licda. Anaythe Fuentes, Gerente Administrativa; José Fuentes, Gerente Operativo; Pablo Gómez, Gerente Comercial. Cada uno de los participantes expresó su punto de vista sobre las interrogantes planteadas, las cuales se reflejan en la siguiente tabla comparativa.

7.3 Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados

PREGUNTAS	PUNTOS DE ENCUENTRO	DISENSOS ENTRE ENTREVISTADOS
1. ¿Cómo percibe la comunicación interna de la empresa?	La comunicación interna es regular	Ninguno
2. ¿Qué medio de comunicación utiliza para trasladar información a sus colaboradores y por qué?	Teléfono, comunicación directa	Otros como: Correo, procedimiento de comunicación interno-externo ISO, minutas y cartelera informativa
3. ¿Mencione uno o varios aspectos que considere como barreras de comunicación dentro de la empresa?	Falta de confianza por parte de los colaboradores hacia los jefes, actitud, información a destiempo	Que los colaboradores no tengan redes para recibir o enviar mensajes por Whatsapp
4. ¿Considera que sus colaboradores conocen la misión, visión y política de calidad de la empresa, y además se identifican con estos aspectos?	Sí la conocen pero no se identifican con estos aspectos	Algunos la aplican y la practican
5. ¿Se comunica a los colaboradores los logros y crisis de la empresa?	Sí	Ninguno
6. Se toman en cuenta la sugerencia u opiniones de los colaboradores respecto a cambios o mejoras en la empresa?	Sí	Ninguno
7. Desde su punto de vista, ¿qué aspectos considera necesarios mejorar en la comunicación interna de la empresa?	Comunicación entre departamentos Que la comunicación sea más directa	Otros: Reuniones quincenales gerenciales y operativas Armonía de parte de cada uno de los colaboradores y actitud Que la comunicación sea más rápida

Fuente: Epesista Lorena Murcia Veliz 2019

1.4.1 Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultados de las encuestas.

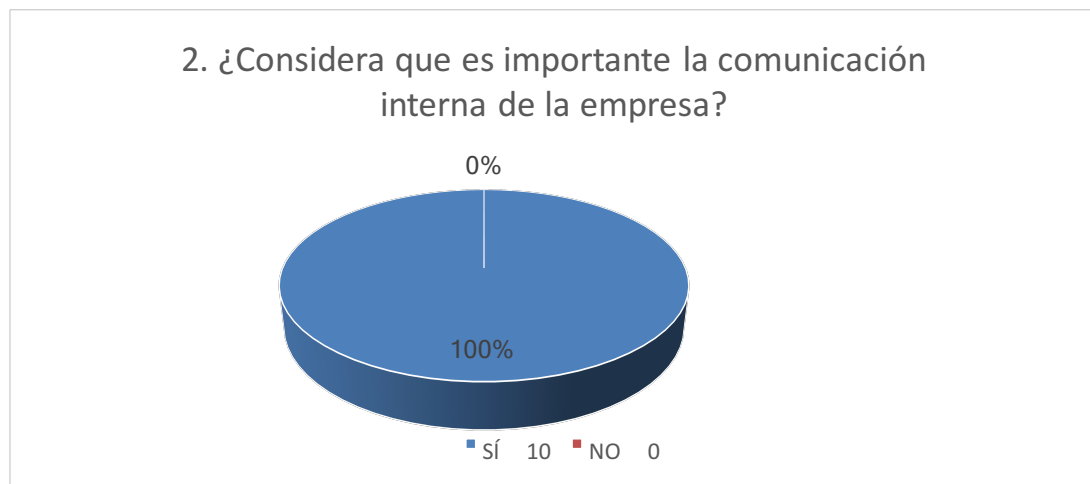
Gráfica No. 1



Fuente: Epesista Lorena Murcia Veliz 2019

El 100% de los empleados tiene conocimiento de lo que es comunicación interna.

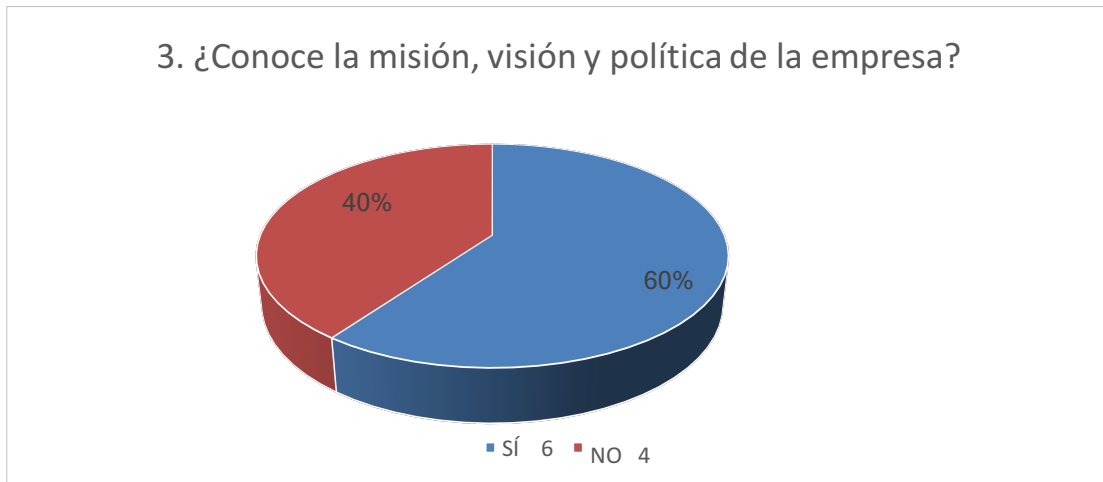
Gráfica No. 2



Fuente: Epesista Lorena Murcia Veliz 2019

Para el 100% de los empleados la comunicación interna de la empresa es importante.

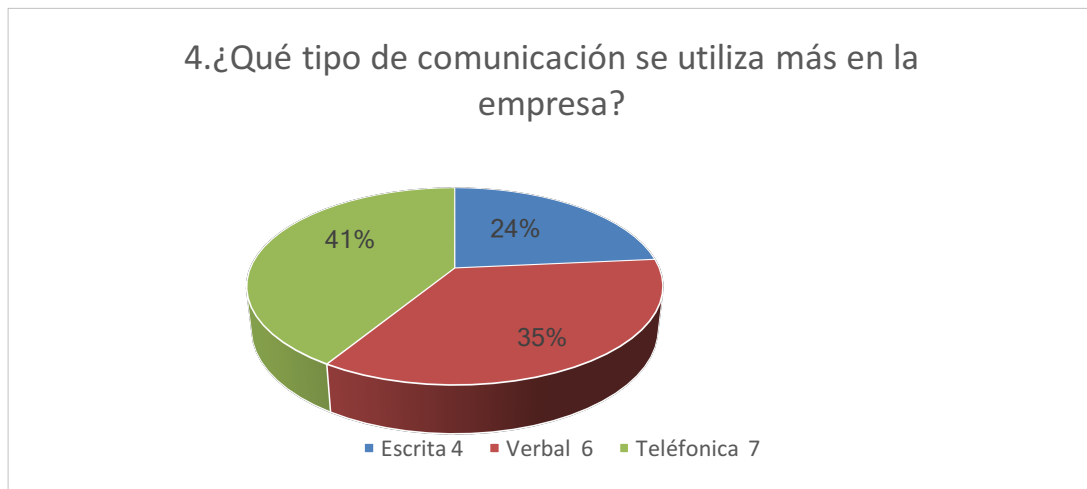
Gráfica No. 3



Fuente: Epesista Lorena Murcia Veliz 2019

El 60% de los colaboradores conoce la misión, visión y política de la empresa, mientras que 40% restante, la desconoce.

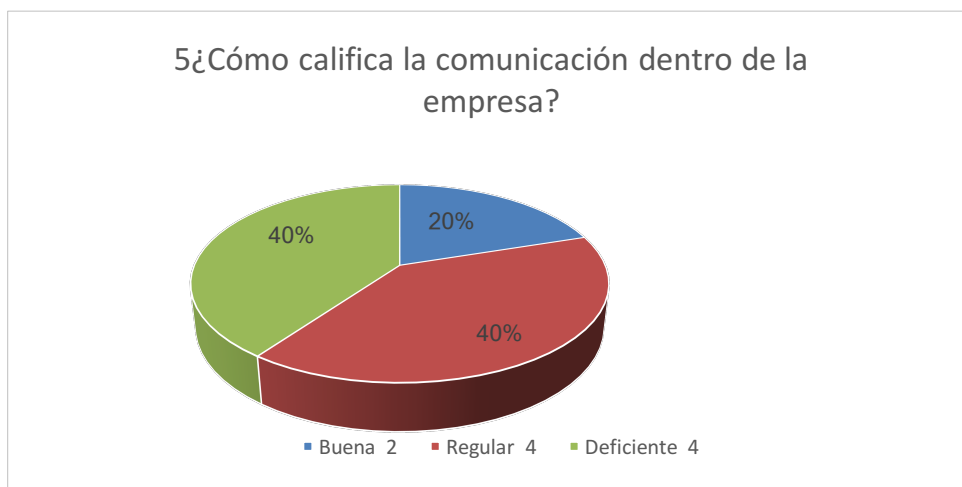
Gráfica No. 4



Fuente: Epesista Lorena Murcia Veliz 2019

Los encuestados marcaron más de una opción, de acuerdo al tipo de comunicación que más utilizan. El resultado refleja que el tipo de comunicación más utilizada es por la vía telefónica, le sigue la comunicación verbal y por último la comunicación escrita

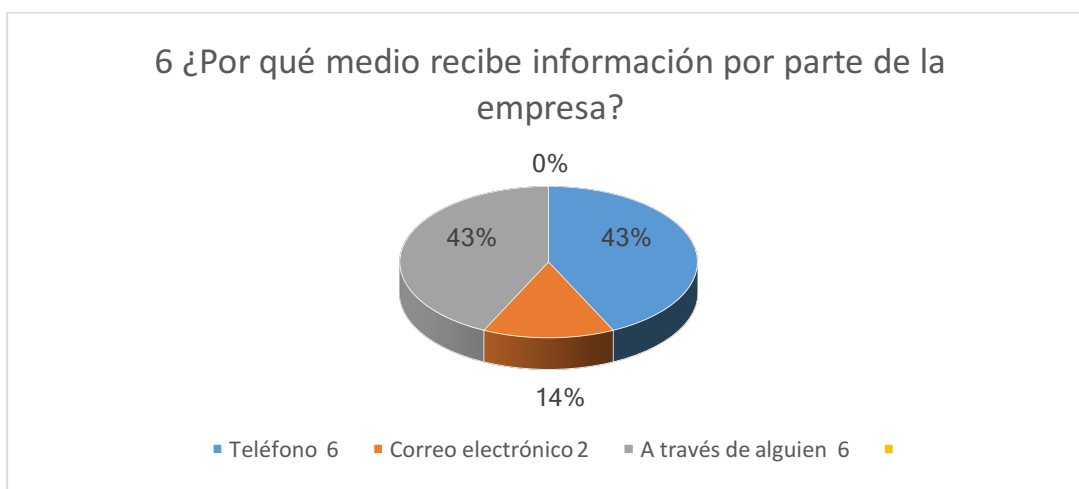
Gráfica No. 5



Fuente: Epesista Lorena Murcia Veliz 2019

Un 40% de los colaboradores calificó como regular la comunicación interna, otro 40% como deficiente y el 20% restante considera que es buena. El resultado global refleja que el personal no considera que exista una buena comunicación interna.

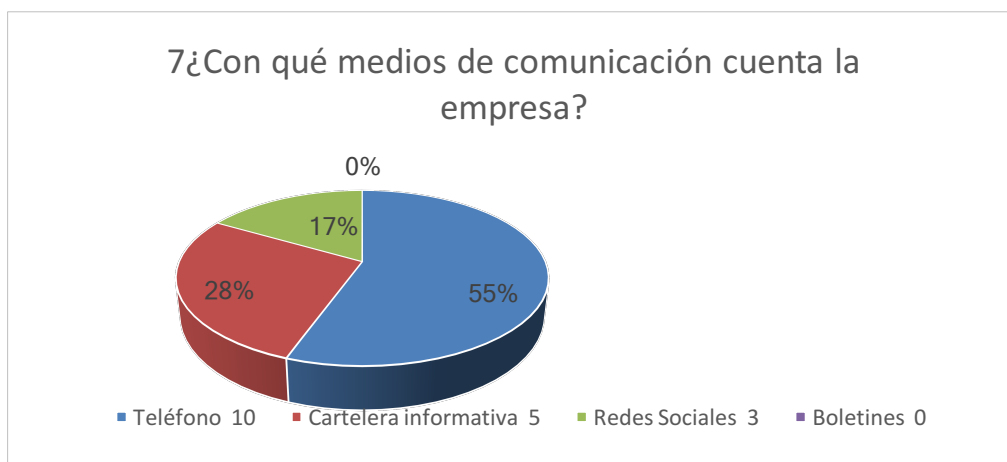
Gráfica 6



Epesista Lorena Murcia Veliz 2019

Algunos de los colaboradores marcaron más de una opción de acuerdo al medio por el cual reciben la información. La gráfica indica que el medio que sobresale para recibir la información es el teléfono 43% y a través de alguien el mismo porcentaje. El medio que menos utilizan es el correo electrónico.

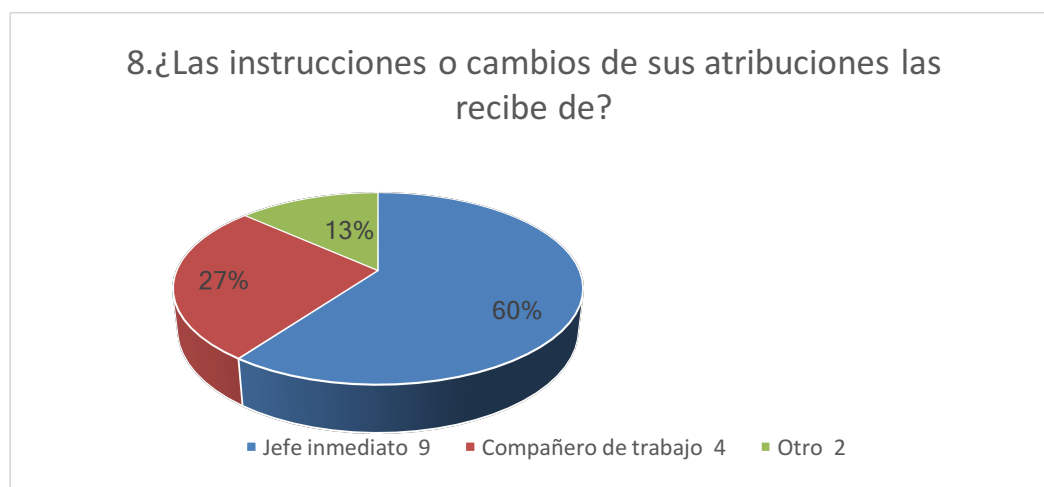
Gráfica No. 7



Fuente: Epesista Lorena Murcia Veliz 2019

Los colaboradores marcaron más de una opción de acuerdo al conocimiento que tienen sobre los medios de comunicación interna en la empresa. El 100% tiene sabe que la empresa cuenta con teléfono y un 28% sabe que se tiene una cartelera informativa. El 17% indicó que se cuenta con redes sociales (whatsApp).

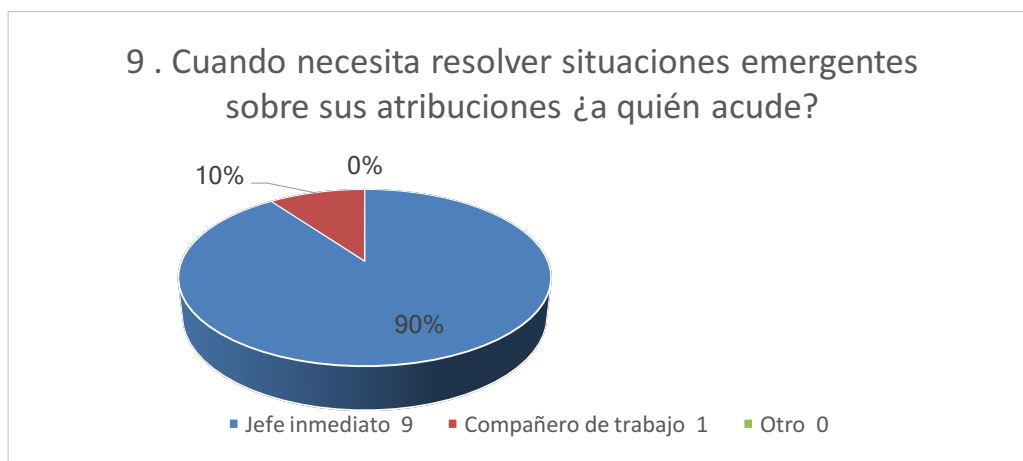
Gráfica No. 8



Fuente: Epesista Lorena Murcia Veliz 2019

Los colaboradores marcaron más de una opción, el 62% recibe de su jefe inmediato las instrucciones o cambios de sus atribuciones. Un 28% recibe instrucciones de compañeros de trabajo, y un 13% de otras personas (gerente general, otros jefes).

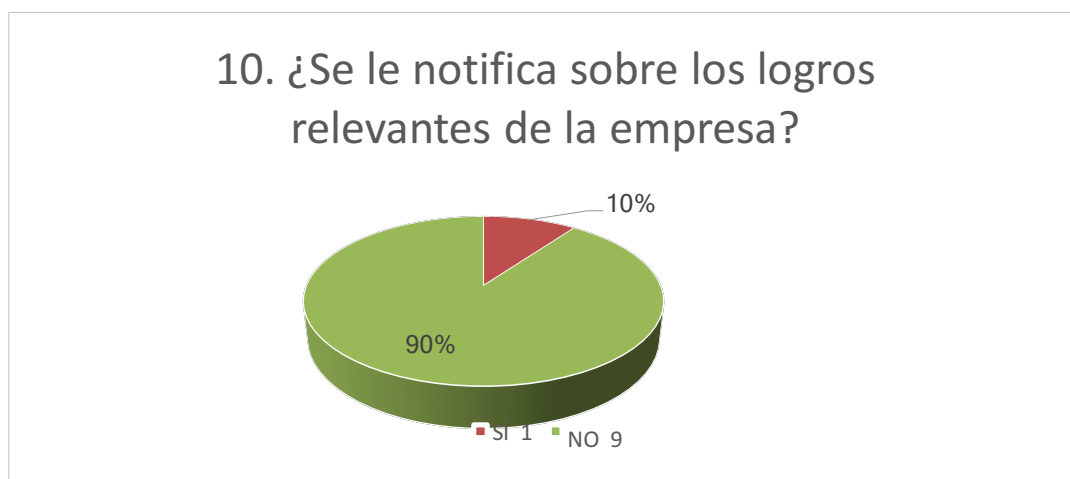
Gráfica No. 9



Fuente: Epesista Lorena Murcia Veliz 2019

El 90% de los colaboradores indicaron que recurren a su jefe inmediato para resolver situaciones emergentes, mientras que un 10% indicó que acude a un compañero de trabajo.

Gráfica No. 10



Fuente: Epesista Lorena Murcia Veliz 2019

El 90% de los colaboradores indicó que no se les notifica los logros relevantes de la empresa, mientras que el 10% comentó que sí.

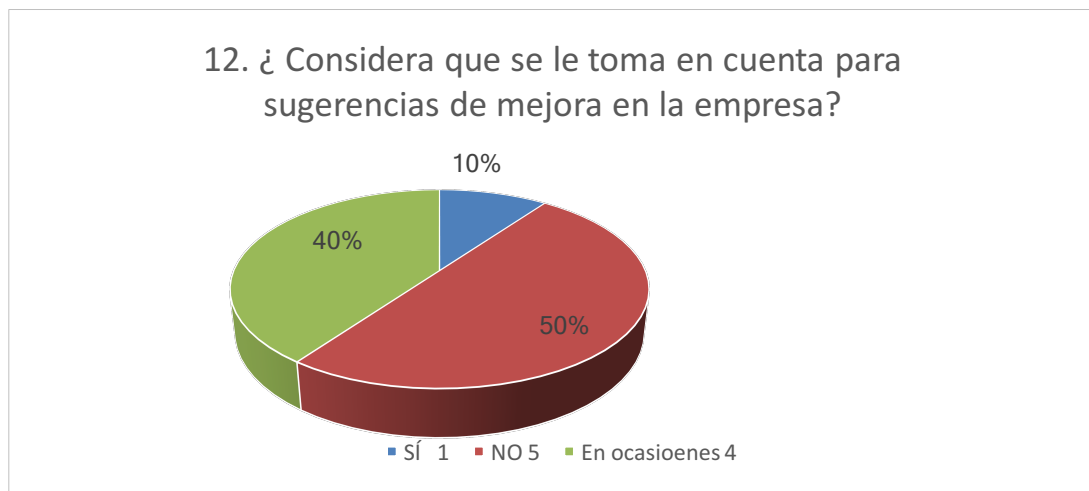
Gráfica No. 11



Fuente: Epesista Lorena Murcia Veliz 2019

El 100% de los colaboradores indicó que no se les informa sobre las crisis de la empresa.

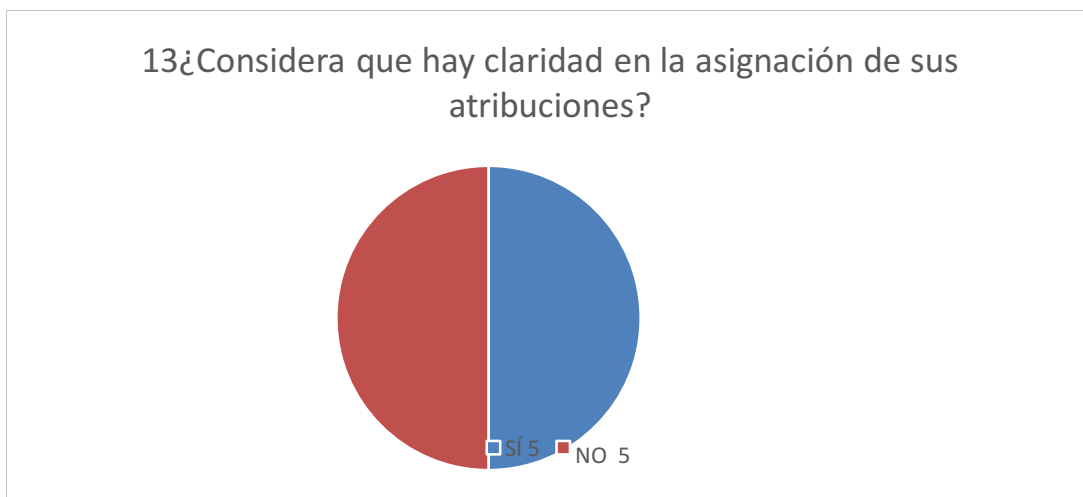
Gráfica No. 12



Fuente: Epesista Lorena Murcia Veliz 2019

El 50% indicó que no se les toma en cuenta para sugerencias de mejora en la empresa. Un 40% comentó que en ocasiones y un 10% dijo que sí se le toma en cuenta.

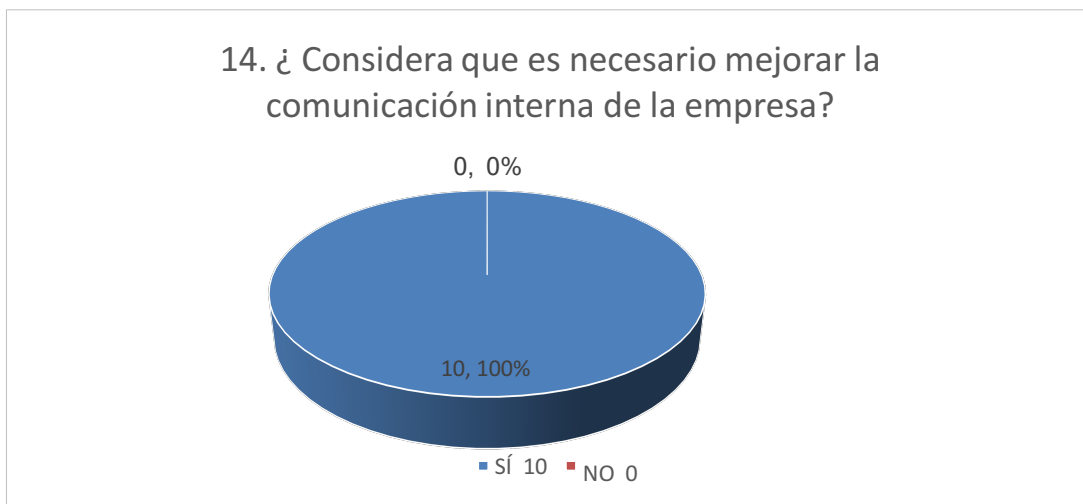
Gráfica No. 13



Fuente: Epesista Lorena Murcia Veliz 2019

El 50% de los encuestados respondió que no tiene clara la asignación de sus atribuciones, mientras que el otro 50% dijo que sí.

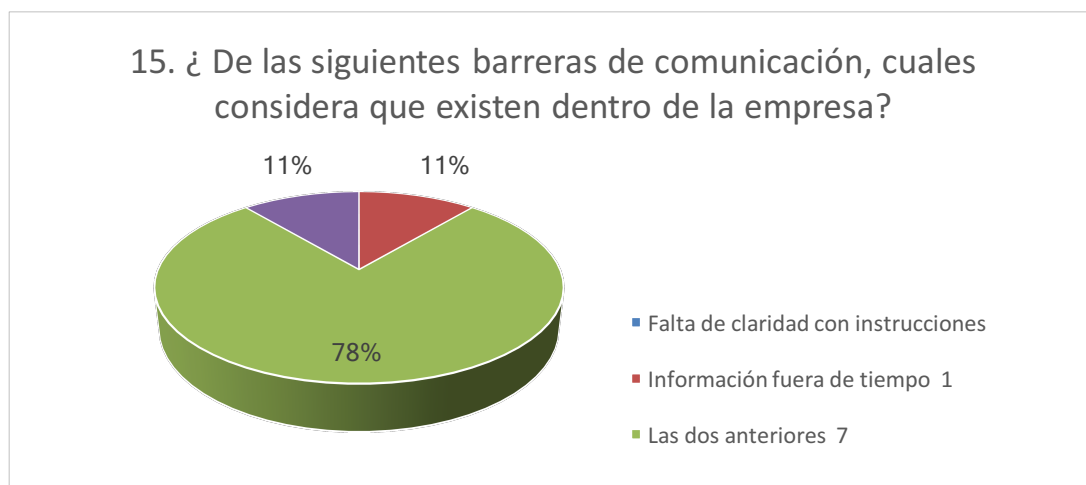
Gráfica No. 14



Fuente: Epesista Lorena Murcia Veliz 2019

El 100% de los encuestados considera que es necesario mejorar la comunicación interna de la empresa.

Gráfica No. 15



Fuente: Epesista Lorena Murcia Veliz 2019

El 78% de los colaboradores comentó que dentro de las barreras de comunicación en la empresa, está la falta de claridad de instrucciones y la información fuera de tiempo. Un 11% indicó que únicamente ve como barrera la información fuera de tiempo y otro 11% considero como barrera otro aspecto (jefes ausentes la mayor parte del tiempo).

1.5. Radiografía de la institución:

1.5.1. Fortalezas

- Posicionamiento en el mercado por más de 30 años
- Certificación ISO 9001:2015
- Certificación Agrecopia
- Productos y servicios de calidad
- Distintos sistemas de control de plagas
- Recurso humano calificado
- Capacitación constante al personal

1.5.2. Oportunidades

- Amplio mercado para vender el servicio
- Ampliar cartera de clientes
- Valor agregado a los servicios, sin costo adicional
- Disposición de implementar mejoras en la comunicación interna

1.5.4. Debilidades

- No se cuenta con un departamento de ventas o personal específico para esta labor
- Constante rotación de personal operativo
- Falta de identidad de los colaboradores con la política de calidad
- Falta de seguimiento a encuestas de servicio
- Deficiencias en la comunicación interna
- No se cuenta con un plan o estrategia de comunicación
- No se cuenta con una estrategia de marketing y publicidad
- Espacio físico reducido

8.1.4. Amenazas

- Pérdida de clientes
- Alta competencia en el mercado
- Falta de cumplimiento en los horarios en algunos servicios
- No atender oportunamente o con prontitud las solicitudes de algunos clientes

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

Rizobacter Centroamericana, S.A. es una empresa certificada con la Norma ISO 9001: 2015, dicha norma incluyó en su última actualización el tema de la comunicación en la sección general de soporte, cláusula número siete. Derivado de ello, Rizobacter Centroamericana decidió crear la Coordinación de Comunicación a finales del año 2018, con el fin de mejorar su comunicación interna y externa, en función de lo que prescribe la norma.

Aunque el área de comunicación fue creada, a la fecha no se han ejecutado acciones en relación a la comunicación interna, pero sí se realizaron algunas en torno a la comunicación externa.

2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1. Objetivo General

Presentar estrategias de comunicación para el fortalecimiento de la comunicación interna la empresa Rizobacter Centroamericana, S.A.

2.2.2. Objetivos específicos

- Fortalecer la comunicación interna a través de la implementación de nuevos procesos y canales de comunicación.
- Renovar la línea gráfica para promover y fortalecer la identidad corporativa.
- Capacitar al personal en temas de comunicación para mejorar el trabajo en equipo.
- Informar a todo el personal sobre uso de las estrategias implementadas.

2.3. PÚBLICO OBJETIVO

El público a quien va dirigido el siguiente plan de comunicación es el interno, mismo que está integrado por todos los colaboradores de la empresa incluyendo los altos mandos.

2.4. MENSAJE

“Un equipo que se comunica logra la integración laboral y brinda mejores resultados”.

2.5. ESTRATEGIAS

La presente estrategia tiene como fin fortalecer la comunicación interna a través de la implementación de varias acciones. Dentro de estas, se renovará la línea gráfica institucional (Misión, Visión y Política de calidad) y a la vez será difundida dentro de todo el personal, para fortalecer la identidad corporativa.

Se fortalecerán los canales de comunicación existentes y se implementarán nuevos, entre ellos una matriz de comunicación que guiará el flujo de la información para asegurar una correcta comunicación interna. Asimismo, se colocará un buzón de sugerencias para fomentar la participación de los colaboradores en los procesos comunicacionales. Finalmente se impartirá una capacitación sobre comunicación asertiva y un taller de trabajo en equipo.

2.6 . ACCIONES DE COMUNICACIÓN

ACCIÓN 1	
A qué estrategia responde la acción	Definir nuevos procesos de comunicación y mejorar los existentes.
Problema	Desconocimiento del flujo de la información
Producto	Matriz de comunicación
Objetivo Comunicacional	Fortalecer la comunicación interna
Público objetivo	Gerentes y personal administrativo
Medio de difusión	Documento impreso

ACCIÓN 2	
A qué estrategia responde la acción	Renovación y difusión de línea gráfica institucional. (Misión, Visión y Política de calidad)
Problema	Falta de identidad de los colaboradores hacia la empresa.
Producto	Acrílicos de Misión, Visión y Política de calidad
Objetivo Comunicacional	Promover y fortalecer la identidad corporativa
Público objetivo	Todo el personal
Medio de difusión	Los acrílicos fueron instalados en una de las paredes de la recepción.

ACCIÓN 3	
A qué estrategia responde la acción	Renovación y difusión de línea gráfica institucional. (Misión, Visión y Política de calidad)
Problema	Falta de identidad de los colaboradores hacia la empresa.
Producto	Souvenirs que incluyan la política de calidad de la empresa.
Objetivo Comunicacional	Promover y fortalecer la identidad corporativa
Público objetivo	Personal operativo y administrativo
Medio de difusión	Pachones y mouse pad

ACCIÓN 4	
A qué estrategia responde la acción	Establecer nuevos canales de comunicación y reforzar los existentes
Problema	Falta de motivación y participación del personal en los procesos de comunicación.
Producto	Buzón de sugerencias
Objetivo Comunicacional	Fortalecer la comunicación interna
Público objetivo	Todo el personal
Medio de difusión	Buzón de madera instalado en un lugar estratégico, al alcance de todos los colaboradores.

ACCIÓN 5	
A qué estrategia responde la acción	Definir nuevos procesos de comunicación y mejorar los existentes.
Problema	Uso indebido de la cartelera informativa
Producto	Normativo de uso
Objetivo Comunicacional	Fortalecer la comunicación interna
Público objetivo	Gerentes
Medio de difusión	Documento impreso

CHARLAS Y TALLERES

ACTIVIDAD	OBJETIVO	INCENTIVO
Capacitación de comunicación efectiva y trabajo en equipo.	Fortalecer la comunicación interna y el trabajo en equipo.	Desayuno

HORA	9:00 a 11:00 a.m.
LUGAR	Applebee's Majadas
EXPOSITOR	Licda. Débora Cabrera
TEMA	Comunicación efectiva y trabajo en equipo

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1 PROYECTO DESARROLLADO

Fortalecimiento de la comunicación interna de la empresa Rizobacter Centroamericana, S.A.

3.1.1 Financiamiento:

Epesista	Q. 6,524.50
Rizobacter Centroamericana, S.A.	Q. 800.00
TOTAL	Q. 7,324.50

3.1.2 Presupuesto:

CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO	TOTAL
10	Diseño más impresión de Mouse pad,	Q. 71.50	Q. 213.00
3	Diseños más impresión de acrílicos de Misión, Visión y Política de calidad)	Q. 168.33	Q. 505.00
8	Pachones con diseño de Política de calidad más impresión	Q. 47.25	Q. 378.00
1	Caja de madera para buzón de sugerencias	Q. 28.50	Q. 28.50
13	Kit con libreta (con diseño de política de calidad) y lapiceros.	Q. 10.70	Q. 128.50
13	Impresión de diplomas	Q. 7.00	Q. 91.00
1	Cuadro de madera y vidrio, con texto de Política de calidad	Q. 25.00	Q. 25.00
1	Capacitación de comunicación efectiva y trabajo en equipo	Q. 500.00	Q. 500.00
12	Desayunos para capacitación	Q. 37.95	Q. 455.50
1	Asesoría de comunicación		Q. 5,000.00
	TOTAL		Q. 7,324.50

3.1.3 Beneficiarios

	Beneficiarios	Beneficio
Primarios	Colaboradores de Rizobacter Centroamericana, S.A.	<p>La capacitación ofrecida le permitió a los colaboradores comprender que una comunicación efectiva puede mejorar el trabajo en equipo y con ello el resultado sus labores.</p> <p>Los souvenirs entregados con la política de calidad lograron una mejor identidad de los empleados hacia la empresa, y a la vez se fortaleció el compromiso laboral de los mismos.</p> <p>Se motivó a los colaboradores a participar y expresar sus opiniones e inquietudes, a través del buzón de sugerencias.</p>
Secundarios	Gerencia general Gerencia Administrativa Gerencia Operaciones	Se brindaron instrumentos de apoyo para fortalecer la comunicación interna entre departamentos, logrando que los procesos sean más ordenados, rápidos y efectivos.

3.1.4 Recursos Humanos

Personal	Cargo	Actividad
Ing. Rolando Fuentes	Gerente General	Autorización de la realización del proyecto de EPS
Licda. Anaythé Fuentes	Gerente Administrativo	Supervisión y autorización de las etapas y actividades del EPS.

3.1.5 Áreas Geográficas de Acción

La ejecución del proyecto se llevó a cabo en la 13 calle “B” 30-74 Ciudad de Plata I, zona 7.

3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

- **Estrategia:**

Definir nuevos procesos de comunicación y mejorar los existentes.

Objetivo comunicacional:

Fortalecer la comunicación interna.

Descripción:

Se diseñaron dos herramientas que mejorarán el flujo de la información y con ello los procesos de comunicación.

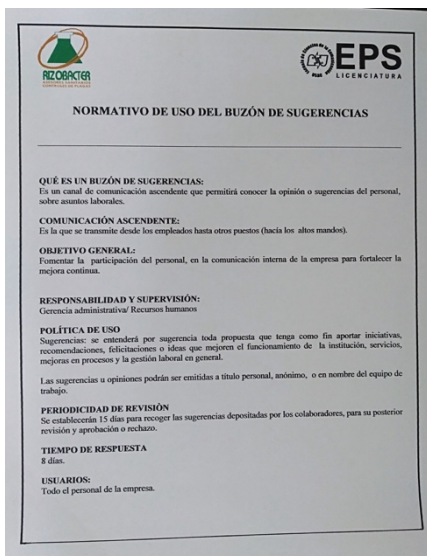
Acciones desarrolladas:

Primera:

- Una matriz de comunicación

Segunda:

Un normativo de uso para las carteleras existentes.



Fuente: Epesista Lorena Murcia Veliz 2019

MATRIZ DE COMUNICACIÓN INTERNA

OBJETIVO: Definir el proceso de comunicación interna, estableciendo responsabilidades en el traslado de información clara y oportuna para lograr una comunicación efectiva, que además contribuya al cumplimiento de la mejora continua de la empresa.

INFORMACIÓN QUE SE COMUNICA	RESPONSABLE DE COMUNICAR	DESTINATARIO	MEIO POR EL CUAL SE COMUNICA	FRECUENCIA DE COMUNICACIÓN	RESULTADO ESPERADO
Implementación de nuevos procesos	Director de cada proceso	A quien corresponda	Verbal y escrito (lista de difusión)	Cuando se requiera	Que los participantes conozcan los procesos de la empresa
Rotación de productos	Gerente de operaciones y Asistente de operaciones	Supervisor, técnicos operativos	Verbal y escrito	Cada 4 meses	Que el personal operativo se prepare con los productos que corresponden
Ingreso de nuevo personal	Gerente Administrativo y Gerente General	Personal administrativo y operativo	Verbal	Cuando corresponda	Que el personal conozca a los nuevos integrantes del punto de trabajo
Sugerencia del personal	Coordinadora de Comunicación	Gerente Administrativo	Verbal y escrito	Quincenalmente	Promover la participación del personal en la comunicación interna de la empresa. Conocer la opinión y sugerencia del personal para una mejor labor.
Solicitud de productos	Asistente de operaciones y Supervisor de operaciones	Gerente Administrativo Gerente de Operaciones	Verbal y por correo electrónico	Cuando se requiera	Evitar carencia de productos en bodega.
Solicitud de insumos	Asistente de operaciones	Gerente Administrativo	Verbal	Cuando se requiera	Evitar carencia de insumos necesarios.
Pérdida de clientes	Gerente de Operaciones y Gerente General	Personal administrativo y operativo	Verbal	Cuando corresponda	Analizar las posibles causas de la pérdida de clientes
Verificación de tarjetas o permisos de ingreso a empresa	Asistente de operaciones	Gerente de operaciones Personal operativo	Verbal y por correo electrónico	Cuando corresponda	Que los documentos y permisos de ingreso estén vigentes
Capacitaciones	Gerente Administrativo y Asistente de Operaciones	Todo el personal	Verbal y escrito	Cuando se requiera	Agrupar con suficiente tiempo las capacitaciones para que el personal que corresponde participe en ellas.
Análisis del Costeo (ISO)	Gerente Administrativo	Personal de nuevo ingreso	Verbal y escrito	Cuando corresponda	Que el nuevo personal conozca los lineamientos y objetivos.
Evaluación de desempeño	Coordinadora de Comunicación y Gerente Administrativo	Todo el personal	Verbal y escrito	Mensual	Conocer el desempeño de los empleados para mejorar. Notificar al empleado del mes
Resultados de auditorías	Gerente General	Todo el personal	Verbal y escrito	Anual	Informar al personal sobre los logros y fallas detectadas. Reconocer y felicitar al personal por los logros alcanzados. Implementar acciones correctivas que correspondan.
Quejas y reclamos de clientes	Departamento de operaciones	Gerente de operaciones	Verbal y escrito	En el momento	Que se resuelva el asunto antes de 72 horas (proceso de atención al cliente).

Fuente: Epesista Lorena Murcia Veliz 2019

- **Estrategia:**

Renovación y difusión de la línea gráfica.

Objetivo comunicacional:

Promover y fortalecer la identidad corporativa entre todo el personal de la empresa.

Descripción:

Se elaboraron productos que contienen la Misión, Visión y Política de calidad de la empresa.

Acciones desarrolladas:

Primera:

- Acrílicos de Misión, Visión y Política de calidad, colocados en la recepción de la empresa.

Segunda:

- Pachones con diseño de la Política de calidad, entregados al personal operativo.
- Mouse pad con diseño de la Política de calidad, entregados al personal administrativo.

Tercera:

- Cuadro de vidrio y madera con diseño de la Política de calidad, colocado de manera estratégica en el comedor.

ENTREGA DE ACRÍLICOS DE LÍNEA GRÁFICA A LOS GERENTES DE LOS DISTINTOS DEPARTAMENTOS



Fuente: Epesista Lorena Murcia Veliz 2019



Fuente: Epesista Lorena Murcia Veliz 2019



Fuente: Epesista Lorena Murcia Veliz 2019

ACRÍLICOS LÍNEA GRÁFICA Y CUADRO DE POLÍTICA DE CALIDAD INSTALADOS EN LA EMPRESA

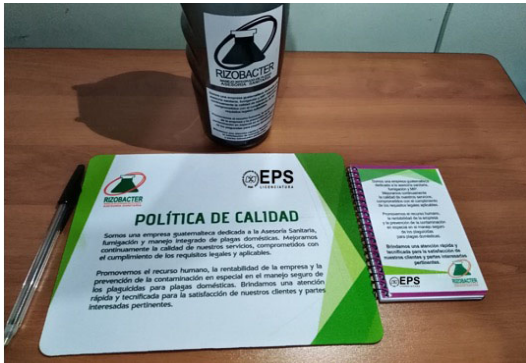


Fuente: Epesista Lorena Murcia Veliz 2019

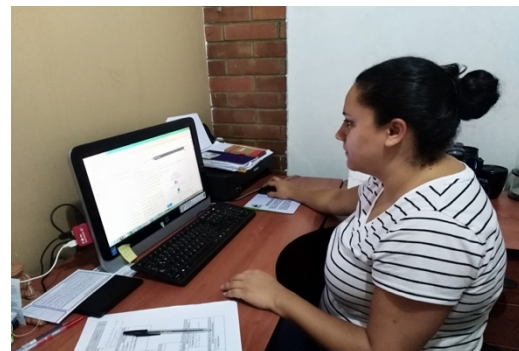


Fuente: Epesista Lorena Murcia Veliz 2019

SOUVENIRS ELABORADOS PARA EL PERSONAL ADMINISTRATIVO Y OPERATIVO



Fuente: Epesista Lorena Murcia Veliz 2019



Fuente: Epesista Lorena Murcia Veliz 2019

- **Estrategia:**

Charla informativa y capacitación sobre temas de comunicación.

Objetivo comunicacional:

Capacitar al personal en temas de comunicación para mejorar el trabajo en equipo.

Descripción:

Se presentaron los resultados del diagnóstico a todo el personal y posteriormente se impartió una capacitación sobre el tema de comunicación.

Acciones desarrolladas:

Primera:

- Expositora: Lorena Murcia. Tema: Presentación de resultados del diagnóstico de comunicación interna de Rizobacter Centroamericana, S.A. y las acciones implementadas.

Segunda:

- Expositora: Licda. Débora Cabrera. Temas: Qué es comunicación, procesos de comunicación, comunicación organizacional, identidad organizacional, sentido de pertenencia, comunicación efectiva y trabajo en equipo.

Tercera :

- Expositora: Licda. Débora Cabrera. Tema: Taller de trabajo en equipo.

ENTREGA DE RESULTADOS DE DIAGNÓSTICO Y

CHARLA DE “COMUNICACIÓN EFECTIVA Y TRABAJO EN EQUIPO”



Fuente: Epesista Lorena Murcia Veliz 2019
Presentación de resultados del diagnóstico
Expositora: Lorena Murcia Veliz



Fuente: Epesista Lorena Murcia Veliz 2019
Capacitación: Licda. Débora Cabrera



Fuente: Epesista Lorena Murcia Veliz
Taller “Trabajo en equipo”



Fuente: Epesista Lorena Murcia Veliz 2019
Entrega de diplomas a todo el personal.



Fuente: Epesista Lorena Murcia Veliz 2019
Entrega de diploma por su capacitación a
Licda. Débora Cabrera

- **Estrategia:**

Establecer nuevos canales de comunicación y fortalecer los existentes

Objetivo comunicacional:

Fortalecer la comunicación interna.

Descripción:

Implementación de un nuevo canal de comunicación para que los colaboradores expresen sus opiniones y sugerencias.

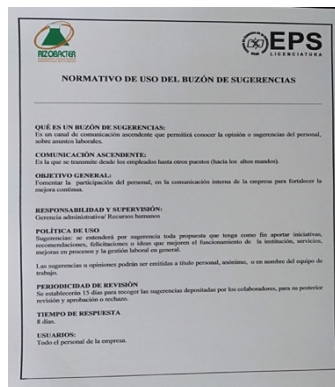
Acciones desarrolladas:

Primera:

- Se instaló un buzón de sugerencias al alcance de todo el personal.

Segunda:

- Normativo de uso del buzón.



Fuente: Epesista Lorena Murcia Veliz 2019

3.2 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS

ATIVIDAD	MAYO		JUNIO				JULIO					AGOSTO	
	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2
Semana													
Elaboración de acrílicos	■	■											
Elaboración de souvenirs			■	■									
Entrega e instalación de acrílicos					■								
Entrega de Buzón de sugerencias					■								
Entrega de normativos de uso de cartelera y buzón					■								
Entrega de resultados del Diagnóstico						■							
Capacitación de comunicación			■			■							
Reunión de trabajo							■						
Entrega de Matriz de comunicación								■					
Elaboración del informe de ejecución								■	■	■			
Elaboración de informe final										■	■	■	
Entrega del informe final de ejecución													■

3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO

ESTRATEGIA	Definir nuevos procesos de comunicación y mejorar los existentes.	
Objetivo	Indicadores cuantitativos	Indicadores cualitativos
Fortalecer la comunicación interna	El documento fue entregado a los tres gerente de las distintas áreas, a la coordinación de comunicación y asistente administrativa.	La nueva herramienta de comunicación ha agilizado el traslado de la información haciendo que el flujo de la misma sea más clara y ordenada.

ESTRATEGIA	Renovación y difusión de la línea gráfica	
Objetivo	Indicadores cuantitativos	Indicadores cualitativos
Promover y fortalecer la identidad corporativa	Los acrílicos de Misión, Visión y Política de calidad ha sido visible para el 100% de los colaboradores de la institución.	Los colaboradores se sienten más identificados y comprometidos con los objetivos de la empresa.

ESTRATEGIA	Charla de comunicación efectiva y trabajo en equipo	
Objetivo	Indicadores cuantitativos	Indicadores cualitativos
Capacitar al personal en temas de comunicación y mejorar el trabajo en equipo.	En la capacitación participó el 100% de los colaboradores incluyendo los gerentes de las distintas áreas de la empresa.	El personal comprende mejor la importancia de la comunicación dentro de la empresa y el valor que esta representa para el trabajo en equipo.

ESTRATEGIA	Buzón de sugerencias	
Objetivo	Indicadores cuantitativos	Indicadores cualitativos
Establecer un nuevo canal de comunicación.	El 100% de los colaboradores puede expresar sus opiniones y sugerencias de una forma distinta y con la seguridad de que las mismas serán tomadas en cuenta.	Los colaboradores ahora cuentan con un medio para emitir sus sugerencias u opiniones, y tienen la certeza de que serán tomadas en cuenta.

CONCLUSIONES

- Se evidenció la necesidad de mejorar la comunicación interna de la empresa Rizobacter Centroamericana, S.A. así como la implementación de estrategias y nuevos canales de comunicación.
- Se logró la difusión interna de la identidad corporativa y el posicionamiento de la misma en la mente de todos los colaboradores.
- Se motivó a todos los trabajadores para expresar sus opiniones a través del buzón de sugerencias, lo cual mejoró la comunicación ascendente.
- La implementación de nuevos canales de comunicación permitió fortalecer la comunicación entre todos los miembros de la organización.

RECOMENDACIONES

- Que los directivos continúen apoyando y dando seguimiento a las estrategias y acciones establecidas, para mantener una comunicación fluida entre y con los integrantes de la empresa.
- Respetar y ejecutar como corresponde los procesos de comunicación, para que se logren los objetivos trazados y se fortalezca la mejora continua.
- Evaluar periódicamente la efectividad de los canales de comunicación existentes y actualizarlos o modificarlos cuando se requiera.
- Continuar fomentando en los colaboradores, la importancia de su participación en el uso de los canales de comunicación para el traslado rápido de la información relevante, para un mejor desempeño laboral.
- Fomentar la comunicación interna en la institución para fortalecer el trabajo en equipo.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Acción: Palabra que indica que una persona, animal o cosa (material o inmaterial) está haciendo algo, está actuando (de manera voluntaria o involuntaria, de pensamiento, palabra u obra), lo que normalmente implica movimiento o cambio de estado o situación y afecta o influye en una persona, animal o cosa.

Calidad: grado en el que un conjunto de características cumple con los requisitos.

Canal: Medio de comunicación empleado para transmitir mensajes.

Comunicación: conjunto de los procesos físicos y psicológicos mediante los cuales se efectúa la operación de relacionar a una o varias personas – emisor, emisores- con una o varias personas –receptor, receptores-, con el objeto de alcanzar determinados objetivos.

Comunicación ascendente: permite a los responsables de los distintos niveles tener un contacto estrecho con los niveles inferiores. De este modo se asegura el conocimiento de las actividades y los resultados de los colaboradores. Así mismo, permite que estos expresen sus aspiraciones, satisfacciones y problemas.

Comunicación descendente: Consiste en difundir los mensajes de arriba abajo, según el nivel jerárquico, con el fin de asegurar una buena comprensión de los objetivos, la organización y la marcha de la empresa en todos sus aspectos.

Comunicación interna: Conjunto de actividades efectuadas por la organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales.

Diagnóstico: Resultado de un análisis en el que se refleja y se valora o juzga una situación determinada.

Estrategia: Conjunto organizado de acciones tácticas encaminadas hacia los objetivos propuestos.

Estrategia de comunicación: Proceso de análisis y reflexión que nos permite la elaboración y diseño de tácticas para alcanzar el objetivo de comunicación previamente establecido. Es imprescindible tener en cuenta el público objetivo al que nos vamos a dirigir y el presupuesto con el que contamos para la realización de las líneas de actuación.

FODA: es un acróstico de Fortalezas (factores críticos positivos con los que se cuenta), Oportunidades, (aspectos positivos que podemos aprovechar utilizando nuestras fortalezas), Debilidades, (factores críticos negativos que se deben eliminar o reducir) y Amenazas, (aspectos negativos externos que podrían obstaculizar el logro de nuestros objetivos).

Gestión de calidad: Es una serie de procesos sistemáticos que le permiten a cualquier organización planear, ejecutar y controlar las distintas actividades que lleva a cabo.

Identidad corporativa: Es la presencia de la empresa o institución en la conciencia social. La noción de identidad corporativa posee dos dimensiones: 1. La racional, que tiene que ver con lo que la organizaciones, lo que hace y cómo lo hace. 2. La afectiva, que tiene que ver con lo que la organización dice que hace y la percepción que los públicos que se relacionan con ella tienen de la misma.

ISO: Sistema de normalización internacional para la regulación y calidad de los productos y servicios.

Norma ISO 9001:2015: es la base del Sistema de Gestión de la Calidad - SGC. Es una norma internacional que se centra en todos los elementos de la gestión de la calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios.

Manejo Integrado de plagas: supone la combinación de métodos con el objeto de lograr mejores resultados con un mínimo impacto ambiental. Es, en síntesis, un sistema que utiliza todos los tipos o métodos de control existentes o imaginables, combinándolos entre sí de acuerdo a las circunstancias, dando especial énfasis y tratando de maximizar la seguridad para el hombre y el medio ambiente; pudiendo ser aplicado en grandes áreas o en propiedades pequeñas.

Mejora continua: actividad cuyo objetivo es aumentar la probabilidad de satisfacer a sus clientes y sus propios requisitos.

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

Misión: es el motivo o la razón de ser por parte de una organización, una empresa o una institución.

Política de calidad: directivas e intenciones generales de una organización relacionadas con la calidad tal cual son oficialmente formuladas por la dirección.

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

Sistema de Gestión de la Calidad: es un conjunto de normas, interrelacionadas de una empresa u organización por los cuales se administra de forma ordenada la calidad de la misma, en la búsqueda de la satisfacción de sus clientes. Según la ISO (Organización Internacional de Normalización): "Se entiende por gestión de la calidad el conjunto de actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización en lo relativo a la calidad.

Visión: se refiere a una imagen que la organización plantea a largo plazo sobre cómo espera que sea su futuro, una expectativa ideal de lo que espera que ocurra.

BILIOGRAFÍA

- Niño Rojas, Víctor Miguel (2011). Metodología de la investigación. Ediciones de la U. Bogotá.
- Hernández Sampieri, Roberto (2006). Metodología de la Investigación. Cuarta Edición, México: McGraw- Hill.
- Sabino Carlos, (1992). El proceso de investigación Edición, Panapo, Caracas.
- Melgar, Luis Alexander (2010). Teoría y Etapas para el Desarrollo del Proyecto de Investigación. Segunda Edición, Guatemala.
- Ongallo Carlos, (2007). Manual de Comunicación. Segunda Edición, Madrid.
- Balarezo Toro, (2014). La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizaional de la empresa Sna Miguel Drive. Ambato, Ecuador.

EGRAFÍA

- Portafolio académico (Fecha de consulta: junio 2019)
Disponible en: <https://portaprodti.wordpress.com/enfoque-cualitativo-y-cuantitativo-segun-hernandez-sampieri/>
- El Conocimiento científico (Fecha de consulta: junio 2019) Disponible en <https://sites.google.com/site/conocimientocspina/estructura-de-la-investigacion-cientifica/observacion-estructurada-o-formalizada>

- Diccionario Marketing Directo (Fecha de consulta: julio 2019)
Disponible en: <https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/canal>
- Diccionario de la Real Academia Española (Fecha de consulta: julio de 2019).
Disponible en: <https://dle.rae.es/?id=MBMXM4p>
- Concepto.D (Fecha de consulta julio 2019)
Disponible en: <https://concepto.de/gestion-de-calidad/>
- Normas 9000 (Fecha de consulta julio 2019)
Disponible en: <http://www.normas9000.com/content/que-es-iso.aspx>
<https://www.normas9000.com/content/Glosario.aspx>
- Concepto.de (Fecha de consulta agosto 2019)
Disponible en: <https://concepto.de/mision-y-vision/#ixzz5vTjO3onO>
- Solucionesong (Fecha de consulta agosto 2019)
https://www.solucionesong.org/img/foros/4c8ddf9bb43a2/Elaboracion_plan_de_comunicacion_PPVE.pdf

ANEXOS

10.1. Transcripción completa de las entrevistas

1. ¿Cómo percibe la comunicación interna de la empresa?

- José Fuentes, gerente de operaciones

Considero que la comunicación de la empresa es regular porque algunas veces fluye bien y otras no.

- Ing. Rolando Fuentes, gerente general

Considero que la comunicación esta regular porque no siempre las instrucciones fluyen como deberían.

- Licda. Anaythe Fuentes, gerente administrativa

Es buena pero podría mejorar, porque la mayoría de la comunicación es verbal y no queda por escrito lo que se pacta.

- Entrevista a Lic. Pablo Gómez, gerente comercial

Regular por los tipos de comunicación que manejamos, podríamos ser más eficientes. Los tipos de comunicación que usamos son teléfono WathsApp, correo y teléfono.

2. ¿Qué medio de comunicación utiliza para trasladar la información a sus colaboradores y por qué?

- José Fuentes , gerente de operaciones

Utilizo la comunicación directa y WhatsApp porque es más rápido.

- Ing. Rolando Fuentes, gerente de operaciones

Dependiendo de a quien se traslade una instrucción, se utiliza teléfono, correo electrónico, comunicación directa o por escrito.

- Licda. Anaythe Fuentes, gerente administrativa
Teléfono, correo y comunicación verbal.
- Lic. Pablo Gómez
Teléfono, correo electrónico y WhatsApp

3. ¿Mencione uno o varios aspectos que considere como barreras de comunicación dentro de la empresa?

- José Fuentes, Gerente General:

Podría ser por pena o la falta de confianza de los empleados hacia los jefes, y que no se traslade la información a tiempo.

- Ing. Rolando Fuentes

La falta de confianza de los empleados hacia nosotros y que no tengan redes en sus teléfonos para recibir o enviar mensajes por WhatsApp.

Licda. Anaythe Fuentes

El tiempo real, una mala actitud, el teléfono descompuesto que se va de uno a otro hasta que llega a la persona que corresponde.

- Lic. Pablo Gómez

Tiempo, falta de compromiso y la falta de atención de los empleados, puedo explicar algo muy claro pero al preguntar, les da miedo preguntar, además una mala actitud.

4. Considera que sus colaboradores conocen la misión, visión y política de calidad de la empresa, y además se identifican con ella?

- José Fuentes, gerente general

Regular, creo que si la conocen pero algunos no se identifican con esto, principalmente el área operativa. Pienso que esto se debe a que solo creen que deben cumplir con el trabajo asignado.

- Ing. Rolando Fuentes

Sí la conocen y algunos sí la aplican y sí la practican, pero siempre hay fallas.

- Licda. Anaythe Fuentes

Sí la conocen porque se les dio el documento, pero no la leen, no la practican y no la hacen parte de ellos, por falta de interés.

- Lic. Pablo Gómez

No a todo. Falta de interés y actitud.

5. ¿Se comunica a los colaboradores los logros y crisis de la empresa?

- José Fuentes

Sí, ambos. Un logro podría ser la nueva certificación ISO, un ejemplo de crisis es la pérdida de clientes.

- Ing. Rolando Fuentes

Sí, por ejemplo si un cliente felicita a la empresa se les traslada la información los colaboradores. Se les informa de la pérdida de un cliente. Se les comunica si un cliente está satisfecho con el servicio o si está molesto por alguna falla.

- Licda. Anaythe Fuentes

Sí, cuando hay problemas de un control de roedores y posteriormente hay éxito en el control se les comunica a ellos. También una mala actitud.

- Lic. Pablo Gómez

Sí, se les informa algún éxito en una empresa, el cierre de licitación de ISO, la licitación con una empresa. Una crisis puede ser un empleado que robe, un cliente perdido, producto perdido, malas prácticas del personal. Cuando se pierde un cliente se le notifica al supervisor porque es el primer responsable, él se encarga de informarle a los operativos, nos aseguramos que reciban la información a través de reuniones con los supervisores

6. ¿Se toman en cuenta las sugerencias y opiniones de los colaboradores respecto a cambios en la empresa?

- José Fuentes

Sí. Se realizó un cambio con horas extras debido a que los operativos pidieron pasar más tiempo con su familia. Se hicieron varias modificaciones de horarios con los grupos de trabajo.

- Ing. Rolando Fuentes

Sí, ambos.

- Licda. Anaythe Fuentes

Sí, en cuanto al área administrativas sí, porque hay comentarios o actitudes que se me comunican, para mejorar la comunicación interna.

- Lic. Pablo Gómez

Sí, equipos, formas, procesos, comentarios o decisiones, ver que haya más inventario, y que entreguen botes vacíos.

7. Desde su punto de vista ¿qué aspectos considera que son necesarios mejorar en la comunicación interna de la empresa?

- José Fuentes

La comunicación entre departamentos y que la misma sea más directa y rápida.

- Ing. Rolando Fuentes

Considero que debe mejorarse la comunicación dentro de los departamentos, pues a veces las personas se quedan con la información y no la trasladan, puede ser una solicitud o un mensaje.


- Licda. Anaythe

Reuniones quincenales, gerencial administrativo y operativo, que todo lo que se va a realizar quede por escrito, y en la siguiente reunión revisar si se cumplió.

- Lic. Pablo Gómez

Más comunicación verbal, más reuniones física con todos los departamento, realizar evaluaciones esporádicas en cuanto a las capacitaciones y a la información que se da. Seguir con la regla de oficina abierta para que los empelados puedan venir a hablarnos.

Modelo de la encuesta

		TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN "ENCUESTA"	
<p>La siguiente encuesta tiene como fin obtener información sobre los procesos de comunicación interna de Rizobacter Centroamericana, S.A. Lea detenidamente las preguntas y coloque una X en la respuesta que corresponda según su criterio, o especifique su respuesta. La información que usted proporcione será de carácter confidencial.</p>			
1)	¿Sabe qué es la comunicación interna?	SI	<input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
2)	¿Considera que es importante la comunicación interna de la empresa?	SI	<input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
3)	¿Conoce la misión, visión y política de calidad de la empresa?	SI	<input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
4)	¿Qué tipo de comunicación se utiliza más en la empresa?	Escrita	<input type="checkbox"/>
		Verbal	<input type="checkbox"/>
		Telefónica	<input type="checkbox"/>
5)	¿Cómo califica la comunicación dentro de la empresa?	Buena	<input type="checkbox"/>
		Regular	<input type="checkbox"/>
		Deficiente	<input type="checkbox"/>
6)	¿Por qué medio recibe información por parte de la empresa?	Teléfono	<input type="checkbox"/>
		Correo Electrónico	<input type="checkbox"/>
		A través de alguien	<input type="checkbox"/>
7)	¿Con qué medios de comunicació cuenta la empresa?	Teléfono	<input type="checkbox"/>
		Boletines	<input type="checkbox"/>
		Carteles informativa	<input type="checkbox"/>
		Redes Sociales	<input type="checkbox"/>
8)	Las instrucciones o cambios sobre sus atribuciones diarias las recibe de:	Jefe inmediato	<input type="checkbox"/>
		Compañero de trabajo	<input type="checkbox"/>
		Otro/Especifique _____	<input type="checkbox"/>
9)	¿Cuándo necesita resolver situaciones emergentes sobre sus atribuciones a quién acude?	Jefe inmediato	<input type="checkbox"/>
		Compañero de trabajo	<input type="checkbox"/>
		Otro/Especifique _____	<input type="checkbox"/>
10)	¿Se le notifica sobre los logros relevantes de la empresa?	SI	<input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
11)	¿Se le informa sobre las crisis de la empresa?	SI	<input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
12)	¿Considera que se le toma en cuenta para sugerencias de mejora en la empresa?	SI	<input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> A veces <input type="checkbox"/>
13)	¿Considera que hay claridad en la asignación de sus atribuciones?	SI	<input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
14)	¿Considera que es necesario mejorar la comunicación interna de la empresa?	SI	<input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
15)	¿De las siguientes barreras de comunicacón, cuáles considera que existen dentro de la empresa?	Falta de claridad con instrucciones	<input type="checkbox"/>
		Información fuera de tiempo	<input type="checkbox"/>
		Otro/Especifique _____	<input type="checkbox"/>
GRACIAS POR SU TIEMPO			

Fuente: Epesista Lorena Murcia, 2019



ENTREVISTA PARA LAS GERENCIAS DE RIZOBATER CENTROAMERICANA, S.A.

La siguiente entrevista tiene como fin obtener información sobre la comunicación interna de Rizobacter Centroamericana, S.A. La información que usted proporcione será de carácter confidencial.

1. **¿Cómo percibe la comunicación interna de la empresa?**

2. **¿Qué medio de comunicación utiliza para trasladar información a sus colaboradores y por qué?**

3. **Mencione uno o varios aspectos que considere como barreras de comunicación dentro de la empresa?**

4. **Considera que sus colaboradores conocen la misión, visión y política de calidad de la empresa y además se identifican con estos aspectos?**

5. **¿Se comunica a los colaboradores los logros y crisis de la empresa?**

6. **¿Se toman en cuenta las sugerencias u opiniones de los colaboradores respecto a cambios o mejoras en la empresa?**

7. **Desde su punto de vista ¿qué aspectos considera que son necesarios mejorar en la comunicación interna de la empresa?**

GRACIAS POR SU TIEMPO

MATRIZ O VACIADO DE ESCUESTAS

1. ¿Sabe qué es la comunicación interna?

SÍ	10
NO	0

2. ¿Considera que es importante la comunicación interna de la empresa?

SÍ	10
NO	0

3 ¿Conoce la misión visión y política de calidad de la empresa?

SÍ	6
NO	4

4. ¿Qué tipo de comunicación se utiliza más en la empresa?

Escrita	4
Verbal	6
Telefónica	7

5. ¿Cómo califica la comunicación dentro de la empresa?

Buena	2
Regular	4
Deficiente	4

6. ¿Porqué medio recibe la información por parte de la empresa?

Teléfono	6
Correo electrónico	2
A través de alguien	4

7. ¿Con qué medios de comunicación interna cuenta la empresa?

Teléfono	10
Boletines	0
Cartelera informativa	5
Redes Sociales	3

8. Las instrucciones o cambios sobre sus atribuciones diarias las recibe de:

Jefe inmediato	9	
Compañero de trabajo	4	
Otro/Especifique	2	Compañeros, otros jéfes, gerente general

9. Cuando necesita resolver situaciones emergentes sobre sus atribuciones ¿a quién acude?

Jefe inmediato	9
Compañero de trabajo	1
Otro/Especifique	0

10. ¿Se le notifica sobre los logros revelantes de la empresa?

SÍ	1
NO	9

11. ¿Se le informa sobre las crisis de la empresa?

SÍ	0
NO	10

12. ¿Considera que se le toma en cuenta para sugerencias de mejora en la empresa?

SÍ	1
NO	5
A VECES	4

13. ¿Considera que hay claridad en la asignación de sus atribuciones?

SÍ	5
NO	5

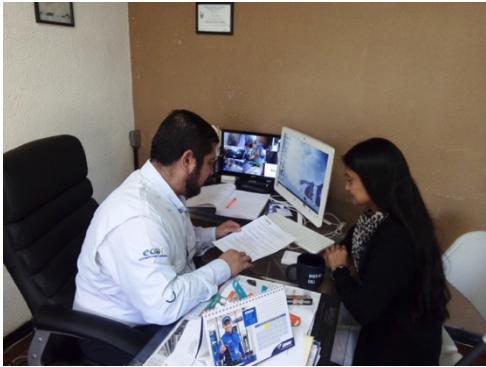
14. ¿Considera que es necesario mejorar la comunicación interna de la empresa?

SÍ	10
NO	0

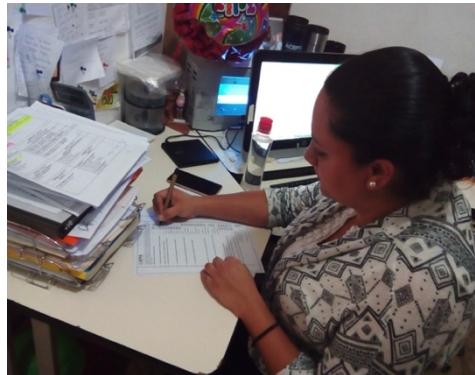
15. De las siguientes barreras de comunicación, cuáles considera que existen en la empresa?

Falta de claridad	10	
Información fuera de tiempo	0	
Las dos anteriores		
Otro/Especifique	1	Jefes ausentes la mayor parte del tiempo

FOTOGRAFÍAS DE RECOLECIÓN DE DATOS



Fuente: Epesista Lorena Murcia Veliz
Entrevista a Gerencia de Operaciones



Fuente: Epesista Lorena Murcia Veliz
Encuesta a personal administrativo



Fuente: Epesista Lorena Murcia Veliz
Entrevista a personal operativo

FOTOGRAFÍAS DE ASESORIA



Fuente: Lorena Murcia Véliz, 2019
Reunión de asesoría con Lic. Josué Henández



Fuente: Lorena Murcia Véliz, 2019
Reunión de trabajo sobre el plan de comunicación con
Licda. Anaythé Fuentes, Gerente Administrativa de Rizobacter Centroamericana, S.A.

COTIZACIONES



Guatemala, 01 de Abril de 2019

COTIZACIÓN No: **16.435** FECHA: **10/05/2019**
 CLIENTE: **LORENA MURCIA VELIZ** CONTACTO: **LORENA MURCIA VELIZ**
 DIRECCIÓN: **CIUDAD** NIT: **-----**
 EMAIL: **lv.negrita@gmail.com** TEL: **-----**
 COTIZACIÓN VALIDA: **POR 15 DÍAS HÁBILES** TIEMPO DE ENTREGA: **02 DÍAS HÁBILES**
 FORMA DE PAGO: **Contado / crédito** PREPARA POR: **Silvia Cham**

Estimada Lorena

Pte.

Para Mr. Arte es un gusto enviar cotización para personalizar promocional, el cual detallamos a continuación.

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
3	Acrílicos transparente, con imagen impresión digital full color en vinil transparente con fondo blanco. Medida de: 11 x 17" con separadores de aluminio en cada esquina. No incluye instalación	Q. 137.27	Q. 411.81
TOTAL EN LETRAS: Cuatrocientos once con 81/100.		TOTAL	Q. 411.81

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Total
10	Mouse Pad con diseño* e impresión full color	Q. 13.00	Q. 130.00
15	Impresión a 3 colores en vinil adhesivo con diseño*	Q. 12.50	Q. 187.50
2	Diseños 1 para pачones 1 para mouse pad	Q. 75.00	Q. 150.00
		Total	Q467.50

(*) La descripción del costo del diseño está desglosada en el penúltimo renglón detallando precio unitario y precio total.

Cualquier consulta adicional quedamos a la orden.

Saludos,

Alejandra Cuevas
 Cel. 44286666

Firma de Aceptado

Fecha

COTIZACIÓN

Para: Srita. Lorena Veliz

De: Debora Cabrera de Estevez

Estimada Señorita Veliz:

Por este medio pongo a su disposición la información siguiente:

Charla sobre "Comunicación efectiva y taller de trabajo en equipo" para los colaboradores de la empresa Rizobacter Centroamericana, S.A. a impartirse el 28 de junio del 2019, de 10:00 a 12:00 horas,

Inversión Q. 500.00.

Los temas a impartir serán los acordados previamente.

Débora Cabrera
 Licda. En Ciencia de la Comunicación

FICHA DE DE HORAS DE REGISTRO DE PRÁCTICA PROFESIONAL SUPERVISADA



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): Lorena Elizabeth Murcia Veliz
 No. Carné y DPI: 199822168/ 2182 35305 0101
 Jefe o Encargado (a): Licda. Anaythe Fuentes/ Gerente Administrativo
 Institución o Empresa: Rizobacter Centroamericana, 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: 14 / Al: 19	Mayo	4	4	4	4	4	5	25 hrs.
2	Del: 20 / Al: 25	Mayo	4	4	4	4	4	5	25 hrs.
3	Del: 27 / Al: 31	Mayo	4	4	4	4	4	5	25 hrs.
4	Del: 1 / Al: 8	Junio	5	5	5	5	5	8	33 hrs.
5	Del: 10 / Al: 14	Junio	5	6	5	6	5	6	33 hrs.
6	Del: 17 / Al: 21	Junio	6	6	6	6	6	5	35 hrs.
7	Del: 24 / Al: 29	Junio	5	5	5	5	5	5	30 hrs.
8	Del: 2 / Al: 6	Julio		8	8	8	8	5	37 hrs.
9	Del: 8 / Al: 13	Julio	5	5	5	5	5	5	30 hrs.
10	Del: 15 / Al: 20	Julio	4	4	4	4	4	7	27 hrs.
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									300 hrs.

(f) Licda. Anaythe Fuentes
 Nombre, firma y sello(a) o Encargado

(f) Lic. Josué Andrade
 Nombre Supervisor – Supervisor EPSL

EMPRESA CONTROLADORA DE PLAGAS DOMESTICAS
 RIZOBACTER CENTROAMERICANA
 13 CALLE "B" 30-74 CIUDAD DE PLATA | ZONA 7
 GUATEMALA, GUATEMALA

