

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



**“DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA
EMPRESA DE SEGURIDAD PRIVADA, GRUPO ESPECIAL DE PROFESIONALES EN
SEGURIDAD, S.A.”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:
CONCEPCIÓN DE MARÍA ORELLANA GUILÉN
CARNÉ 200418789

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

Guatemala, septiembre de 2019

Consejo Directivo:

Director:

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes:

M.A Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijilio

Representantes Estudiantiles:

Gabriela Eugenia Menegazzo

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante de Egresados:

M.A. Jhonny Michael González Batres

Secretaria:

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Coordinador de EP S Licenciatura

M.A. Luis Arturo Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

M.A. Evelin Lisseth Hernández Mazariegos

Lic. Josué Othoniel Andrade de la Cruz

Licda. Krista María Ramírez Nájera



Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A.

Guatemala, 11 de septiembre de 2019

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

Estimado Maestro Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que la estudiante epepista **Concepción de María Orellana Guillén**, con número de carné: **200418789** de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en "**DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN**" cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas **del 14 de mayo al 13 de julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: **DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA EMPRESA DE SEGURIDAD PRIVADA, GRUPO ESPECIAL DE PROFESIONALES EN SEGURIDAD, S.A.** entregando el material respectivo y debidamente recibido por: "**GRUPO ESPECIAL DE PROFESIONALES EN SEGURIDAD, S.A.**"

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo de la epepista 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.

Ateptamente,

Firma y sello

Juan Manuel Arévalo Bonilla

Gerente General





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



Guatemala, 4 de octubre de 2019

Estudiante
Concepción de María Orellana Guillén
Carné: 200418789
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: **"DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE PLAN DE COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA DE SEGURIDAD PRIVADA, GRUPO ESPECIAL DE PROFESIONALES EN SEGURIDAD, S.A."**. El citado trabajo llena los requisitos del rigor del presente programa, por lo cual se emite **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

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

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Lic. Josue Andrade
Supervisor EPS de Licenciatura



Vo.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 darme sabiduría y permitirme culminar con éxito esta etapa en la preparación de mi carrera profesional.
- A MI MADRE:** Berta Alicia Guillén de Orellana (+) sé que desde el cielo ve con orgullo este éxito el cual es dedicado a su memoria.
- A MIS HERMANAS:** Berta Carolina y Karla Emilia Orellana Guillén; gracias por la bendición de disfrutar de su compañía y amor.
- A MIS SOBRINAS:** Kelly Michelle y Montserrat Marroquín Orellana; que este triunfo sea un ejemplo para sus vidas.

AGRADECIMIENTOS

A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA: Mi casa de estudios superiores donde me he forjado profesionalmente.

A LA ESCUELA DE CIECIAS DE LA COMUNICACIÓN: y todos los docentes que a lo largo de mi carrera superior compartieron sus enseñanzas y guiaron para ser una profesional en al área de las comunicaciones.

AL M.A. LUIS PEDROZA: Coordinador del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura, gracias por todo el apoyo para la realización de mi proyecto.

A LA EMPRESA DE SEGURIDAD: GRUPO ESPECIAL DE PROFESIONALES EN SEGURIDAD, S.A. Empresa protagonista de este proyecto, por abrirme las puertas de su organización y darme la oportunidad de elaborar y desarrollar una propuesta que me permitió crecer profesionalmente.

ÍNDICE

RESUMEN.....	I
INTRODUCCIÓN.....	II
JUSTIFICACIÓN.....	II

CAPITULO I

1. DIAGNÓSTICO.....	1
1.1. OBJETIVO DEL DIAGNÓSTICO	1
1.1.1. Objetivo General.....	1
1.1.2. Objetivos Específicos.....	1
1.2. LA INSTITUCION – GRUPO ESPECIAL DE PROFESIONALES EN SEGURIDAD, S.A.....	1
1.2.1. Ubicación Geográfica.....	1
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas.....	1
1.2.3. Antecedentes.....	2
1.2.4. Departamentos.....	2
1.2.5. Misión.....	3
1.2.6. Visión.....	3
1.2.7. Objetivos Institucionales.....	3
1.2.8. Público Objetivo.....	3
1.2.9. Organigrama.....	4

1.3. METODOLOGÍA.....	4
1.3.1. Descripción del Método.....	5
1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección.....	5
1.3.3. Cronograma del diagnóstico.....	6
RECOPIACIÓN DE DATOS.....	6
1.4.1. Gráficas e interpretaciones del resultado de las encuestas.....	7
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.....	17
2.4. MENSAJE.....	18
2.5. ESTRATEGIAS.....	18
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN.....	18
CAPÍTULO III	
3. INFORME DE EJECUCIÓN.....	19
3.1. PROYECTO DESARROLLADO.....	19

3.1.1. Financiamiento.....	19
3.1.2 Presupuesto.....	19
3.1.3 Beneficiarios.....	20
3.1.4 Recursos Humanos.....	20
3.1.5 Áreas Geográficas de Acción.....	20
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS.....	21
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	22
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO.....	23
CONCLUSIONES.....	26
RECOMENDACIONES.....	26
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	28
BIBLIOGRAFÍA.....	32
ANEXOS.....	34

Resumen

Título

Diagnóstico y propuesta de plan de comunicación interna en la empresa de seguridad privada: Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A.

Autor

Concepción de María Orellana Guillén

Problema Investigado

¿Cuál es la situación actual de la comunicación interna de la empresa de seguridad privada? y propuesta con plan de comunicación a ejecutarse.

Técnica

Recolección de datos por medio de encuestas y análisis descriptivo (gráficos).

Instrumento

Las herramientas utilizadas con el propósito de obtener información fueron 2 cuestionarios, uno de 13 preguntas cerradas y abiertas y otro cuestionario de 4 preguntas como evaluación y seguimiento del plan de comunicación.

Procedimiento

Para lograr los objetivos planteados este trabajo se dividió en tres fases, la primera fue la recolección de datos por medio de entrevista con la dirección de la empresa para plantear los objetivos de la investigación, posteriormente se procedió como parte de la primera fase a recolectar datos por medio de una encuesta presentada al 65% de los empleados y colaboradores para poder hacer el diagnóstico y conocer la situación real de la institución. La segunda fase consistió en elaborar el plan de comunicación en base a los resultados del diagnóstico, estableciendo objetivos, estrategias y acciones para poder ejecutar, realizando un cronograma para cada acción, un presupuesto que fue autorizado y llevando a cabo el plan de comunicación. Concluida esta fase se procedió a hacer una evaluación por medio de una encuesta para verificar si se llevaron a cabo las acciones planteadas y darle seguimiento por medio de reuniones con los jefes de cada área para

que se dé continuidad a lo que se estableció y así poder cumplir con los objetivos y misión de la institución.

Introducción

En la actualidad y con tantos medios a nuestro alcance es difícil imaginar que todavía hay deficiencias en las formas de comunicarnos, todas las instituciones donde intervienen grupos de personas deben contar con procedimientos y planes de comunicación establecidos para que los objetivos y misión puedan ser cumplidos. Una comunicación deficiente repercute en un mal servicio al cliente, perdidas tanto de tiempo como de utilidades y hace que exista un mal clima laboral en la institución. Una empresa de servicios de seguridad que integra recurso humano deberá tener sus procedimientos de comunicación establecidos para que los mensajes lleguen de forma clara a cada área y evitar malas interpretaciones, tener personal desinformado hace que exista rumor y esto hace que el ambiente laboral se vuelva toxico y pesado para cada colaborador y empleado.

Es por eso que nace la necesidad de hacer una investigación, proponer un plan y evaluar que sea ejecutado, para poder así contribuir para que los procedimientos y la comunicación interna de la institución sea más adecuada y que entiendan la necesidad de usar los medios, recursos y formas adecuadas de comunicar, ya que una mala comunicación contribuye a hacer los procesos lentos y que el personal no sea productivo, dañando así la rentabilidad de la institución.

Justificación

Para aumentar la eficacia del equipo humano, ha de sentirse a gusto e integrado dentro de su organización y esto sólo es posible si los trabajadores están informados, conocen los diferentes procesos de la misma, su misión, su filosofía, sus valores, su estrategia, se sienten parte de ella y, por consiguiente, están dispuestos a implicarse.

La comunicación interna ayuda a reducir la incertidumbre y a prevenir el temido rumor, un elemento muy peligroso para cualquier empresa. Por ello, transmitir mensajes corporativos, informar sobre lo que ocurre dentro de nuestra organización, motivar y establecer una línea de comunicación eficaz entre los profesionales, la dirección y los diferentes servicios de la Unidad de apoyo a la Gerencia son algunos de los objetivos que persigue la comunicación inte

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

Diagnóstico y propuesta de plan de comunicación interna en la empresa de seguridad privada:
Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A.

1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1. Objetivo General

Diagnosticar la comunicación interna de la empresa Grupo Especial de Profesionales en Seguridad para establecer un plan de comunicación interna y mejorar sus procesos.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Identificar las formas de comunicación interna que usa la institución.
- Determinar el conocimiento que tienen los empleados acerca de las herramientas que utilizan para la comunicación.
- Identificar si los procesos de comunicación actuales que utiliza la institución están haciendo que se cumpla la misión y visión de la misma.

1.2. LA INSTITUCIÓN

Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A.

1.2.1 Ubicación Geográfica

7ª. Avenida 16-50 zona 12, Colonia La Reformita, Ciudad de Guatemala

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A. es parte de una corporación que presta servicios especializados de seguridad, Global Search, S.A. es su hermana y se dedica a la seguridad satelital, ofreciendo monitoreo de GPS para flotas de vehículos comerciales y particulares, Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A. es la empresa que brinda los servicios de respuesta de patrulla y reacción en carretera a los clientes de Global Search, S.A.

1.2.3. Antecedentes

Nace en el año 2016 viendo la necesidad de seguridad que existe en Guatemala y queriendo aportar servicios para que empresas, instituciones, asociaciones, pequeños empresarios puedan descansar tranquilos sabiendo que su patrimonio es cuidado por profesionales con experiencia, siendo su mayor responsabilidad y compromiso la protección de bienes muebles e inmuebles y la integridad física de sus clientes. Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, Sociedad Anónima, tiene cobertura en toda la República de Guatemala, con Licencias de Operación A-117 y C-043, extendidas por la Dirección General de Servicios de Seguridad Privada "DIGESSP". Se encuentra debidamente autorizada por la Dirección General de Servicios de Seguridad Privada del Ministerio de Gobernación, para dar cumplimiento a lo establecido en el Decreto 52-2010, Ley que Regula los Servicios de Seguridad Privada, del Congreso de la República de Guatemala y Acuerdo Gubernativo 417-2013, Reglamento de la Ley que Regula los Servicios de Seguridad Privada, así mismo debidamente registrada en la Dirección General de Control de Armas y Municiones (DIGECAM) y Policía Nacional Civil. Las armas de fuego que se utilizan están debidamente registradas en la Dirección General de Control de Armas y Municiones, DIGECAM, bajo Licencia Especial de Portación de Armas para Empresas de Seguridad Privada, Expediente No. 3453347, Código No. 268501, de fecha 29 de marzo de 2017.

1.2.4. Departamentos

- Gerencia General
- Gerencia Administrativa
- Gerencia de Operaciones
- Gerencia de Recursos Humanos
- Contabilidad

1.2.5. Misión

Ser líderes profesionales, éticos e innovadores en la prestación de servicios de seguridad privada, en busca del bien social y la prevención de acontecimientos causados por la inseguridad imperante en el país. El resultado y compromiso adquirido se logra poniendo de manifiesto el desarrollo y la constante capacitación de los guardias de seguridad, contribuyendo con ello a ese valor agregado que da como resultado la excelencia del servicio.

1.2.6. Visión

Ser una empresa líder en el mercado nacional, lograr brindar al cliente una cobertura local, optimizando su desarrollo en un ambiente de seguridad, confianza y protección, para el logro de una alta productividad en la ejecución de las actividades; apoyados con el recurso humano apropiadamente capacitado y en un concepto de alta tecnología evolutiva acorde a las necesidades de cada uno de nuestros clientes.

1.2.7. Objetivos Institucionales

Resguardar la integridad física de las personas, así como de sus bienes muebles e inmuebles, vigilar, custodiar y prevenir mediante recurso humano, vehículos y tecnología las áreas específicas donde se desarrollan los proyectos de los clientes.

1.2.8. Público Objetivo

Entidades Públicas y Privadas

Centros Comerciales

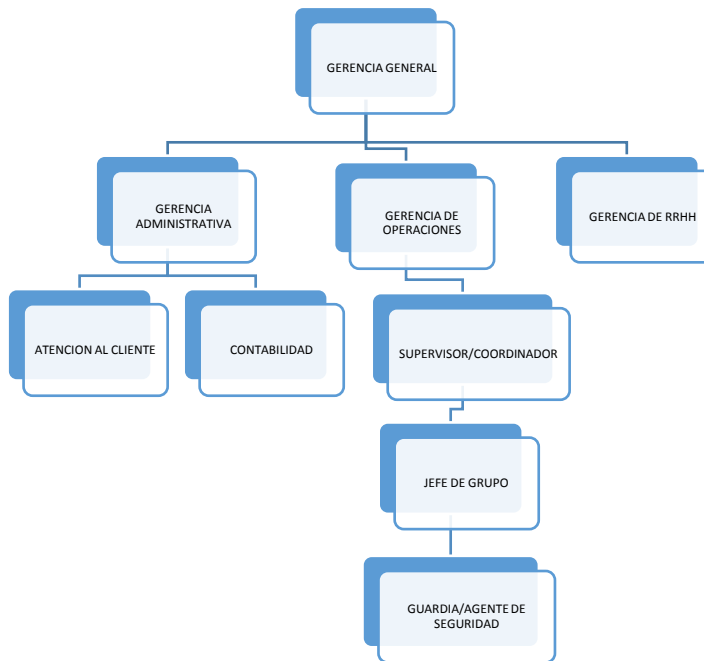
Entidades Bancarias

Residenciales

Centros Recreativos

Hoteles

1.2.9. Organigrama



Fuente: Departamento de R.R.H.H. Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A.

1.3. METODOLOGÍA

La metodología es la estrategia de investigación que elegimos para responder a las preguntas de la investigación. Dependerá tanto de estas como del marco teórico de la investigación. Se trata pues de optar por una estrategia general, ya sea de índole cuantitativa, cualitativa o mixta. También el nivel de complejidad y detalle deseado (desde extensa al caso de estudio) o el nivel de participación que se pretende (desde lo extractivo hasta la investigación acción participativa). En segunda instancia, se escogerán técnicas de recolección, y las técnicas de análisis, esto es las herramientas más específicas de investigación. Estas también dependen de las preguntas y deben ser coherentes con la metodología. (Hueso, 2012, p.8)

1.3.1. Descripción del Método

Para el presente diagnóstico se usó el Método Cuantitativo como estrategia de investigación, ya que esta se basa en el uso de técnicas para conocer ciertos aspectos de interés sobre la población que se está estudiando. Hueso, A. y Cascan Joseph (2012).

La metodología cuantitativa tiene la virtud de plantear una serie de pasos que permiten estudiar un fenómeno de forma estandarizada, además la comunicación de los resultados en forma estadística y gráficos resulta fácil y rápida de entender para el público en general y los tomadores de decisiones.

Para el presente diagnóstico se realizó la recolección mediante técnicas de investigación, la más habitual en metodología cuantitativa es la encuesta, se realizó una encuesta al 65% de los empleados y colaboradores de la institución lo que es nuestra muestra.

El siguiente paso es el análisis de las encuestas, se analiza y sintetiza mediante la estadística descriptiva (gráficos), para luego generalizar esos datos

1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección

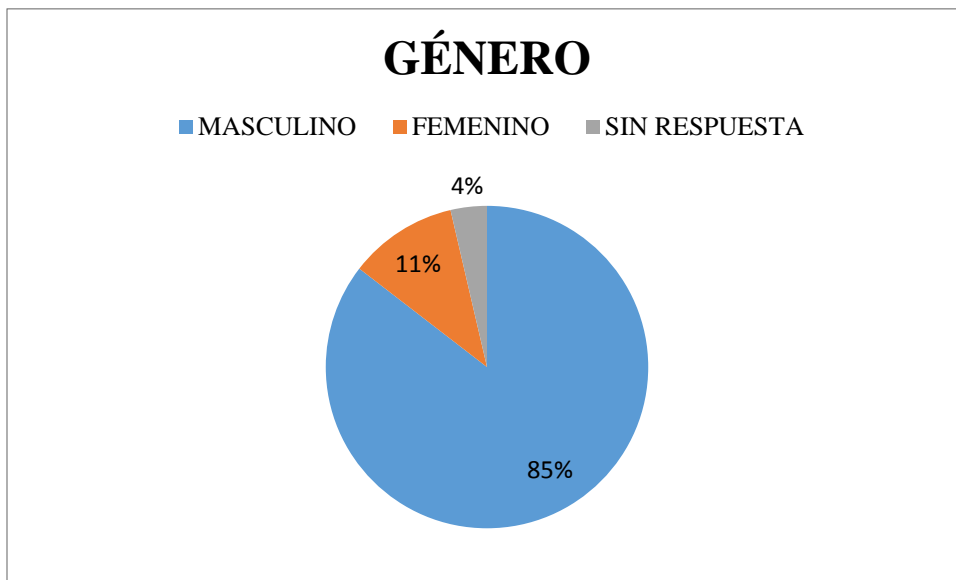
La metodología cuantitativa es un conjunto de técnicas que se utiliza para estudiar las variables de interés de una determinada población. Se suelen utilizar técnicas de recolección cuantitativas como las encuestas que son las que se usaron en el diagnóstico y técnicas de análisis descriptivo (estadística descriptiva)

1.3.3. Cronograma del diagnóstico

ACTIVIDADES	TIEMPO DE DURACION			
	ENERO		FEBRERO	
	3	4	1	2
Entrevista con Dirección de la institución para aprobación del diagnóstico				
Visita a institución (observación) de los procesos de comunicación				
Recolección de información por medio de encuestas a empleados				
Procesamiento de recolección datos, análisis e interpretación de los mismos				
Radiografía de la institución				

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

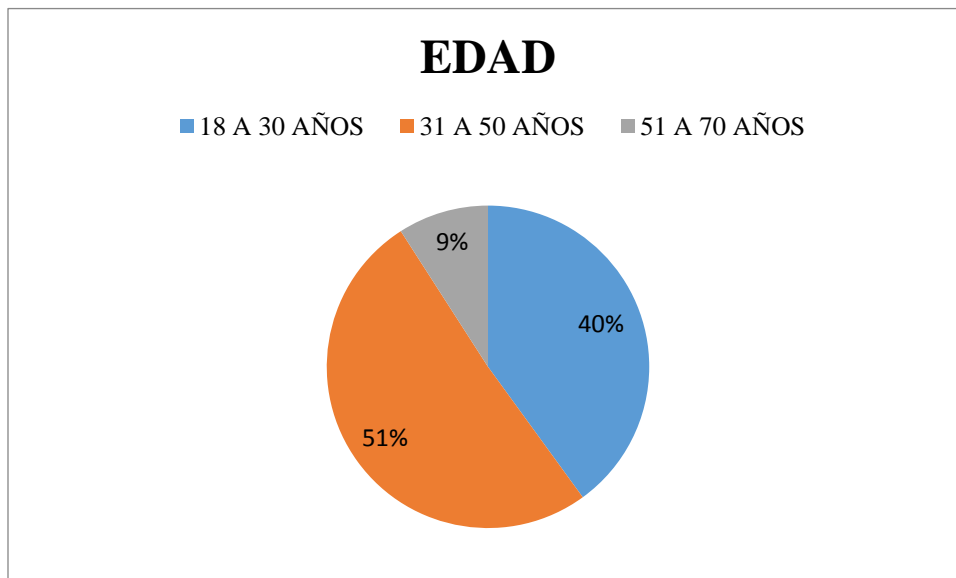
1.4.1. Gráficas e interpretaciones del resultado de las encuestas



Fuente: Encuesta realizada a empleados de Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A.

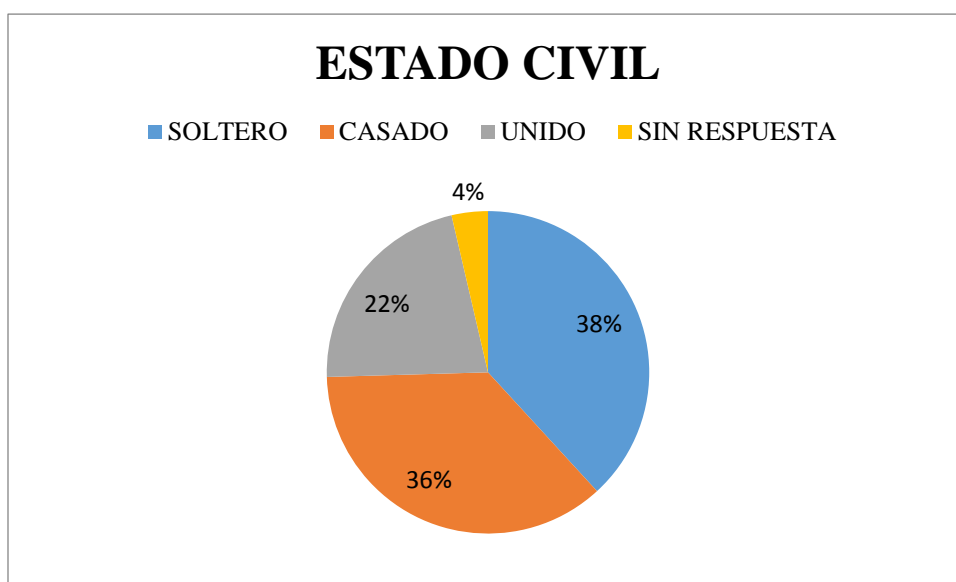
Como se observa en la gráfica el 85% de los empleados encuestados son de género masculino, esto debido a que es una institución que presta servicios de seguridad privada, por lo tanto, la fuerza laboral radica en género masculino, la importancia de este dato radica en que es importante saber

qué porcentaje de hombres y mujeres laboran en la institución para poder determinar un plan de comunicación en base a dicha información.



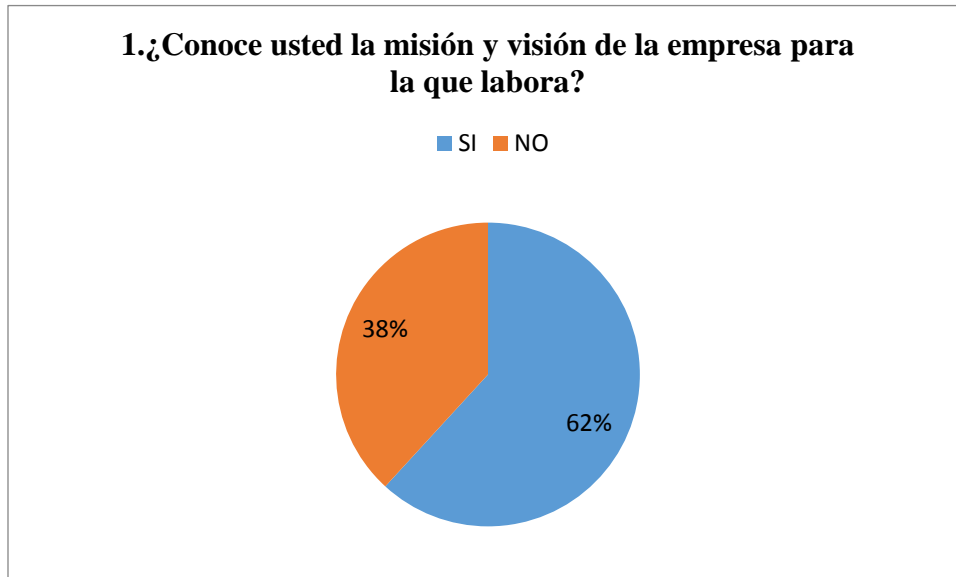
Fuente: Encuesta realizada a empleados de Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A.

En la gráfica se muestra que la mayoría de los colaboradores están en un rango de 31 a 50 años 51%, seguido de los de 18 a 30 años 40% y con un 9% de los de 51 a 70 años, este dato es importante ya que el uso correcto de la tecnología actual como herramienta de comunicación dependerá mucho de esta información.



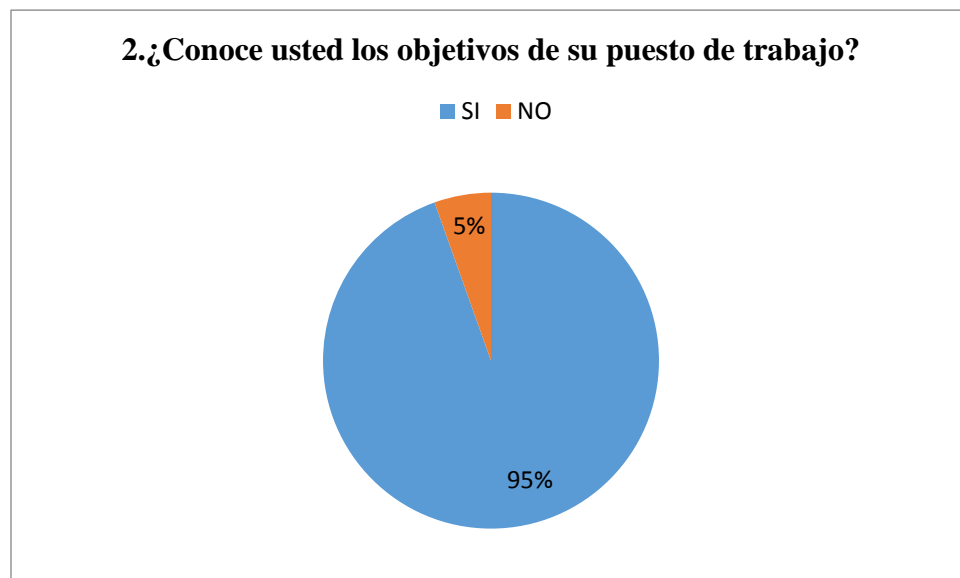
Fuente: Encuesta realizada a empleados de Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A.

La gráfica muestra que 38% de la población de la institución es soltero, 36% casados, el 22% están unidos y 4% sin respuesta



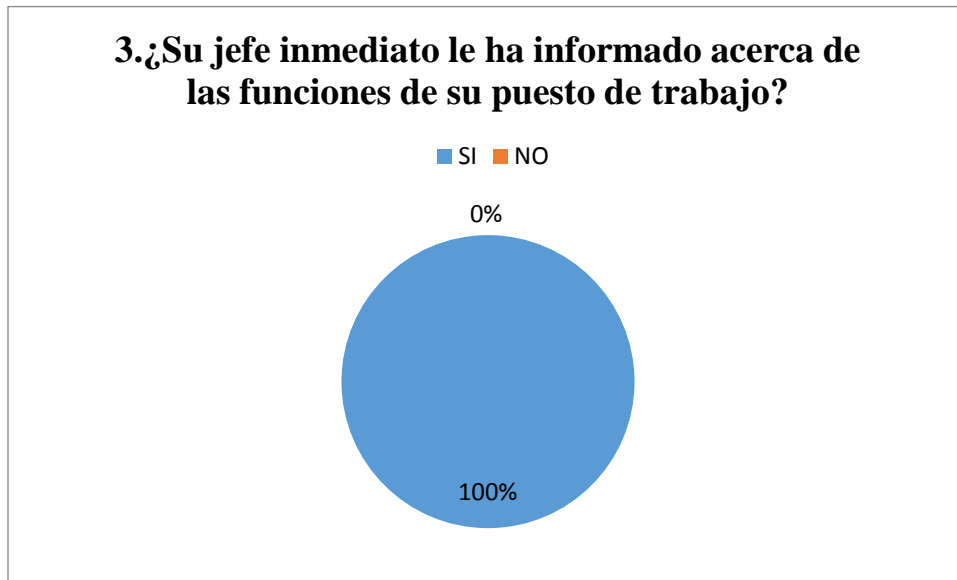
Fuente: Encuesta realizada a empleados de Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A.

Esta gráfica demuestra que el 62% de los empleados si conoce la misión y visión de la empresa y el 38% no los conoce.



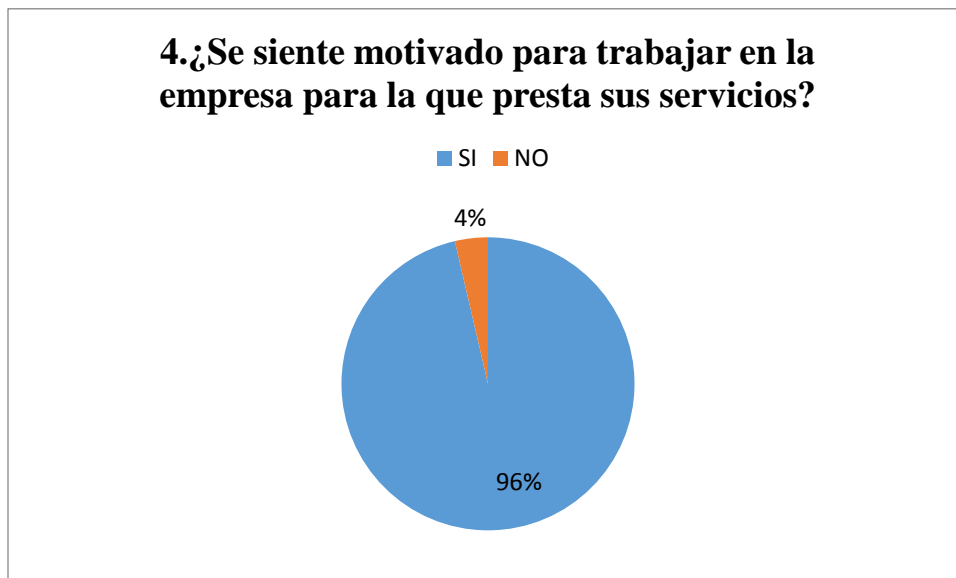
Fuente: Encuesta realizada a empleados de Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A.

La gráfica demuestra que el 95% de los empleados si conoce cuales son los objetivos de su puesto de trabajo, contra un 5% que no los conoce.



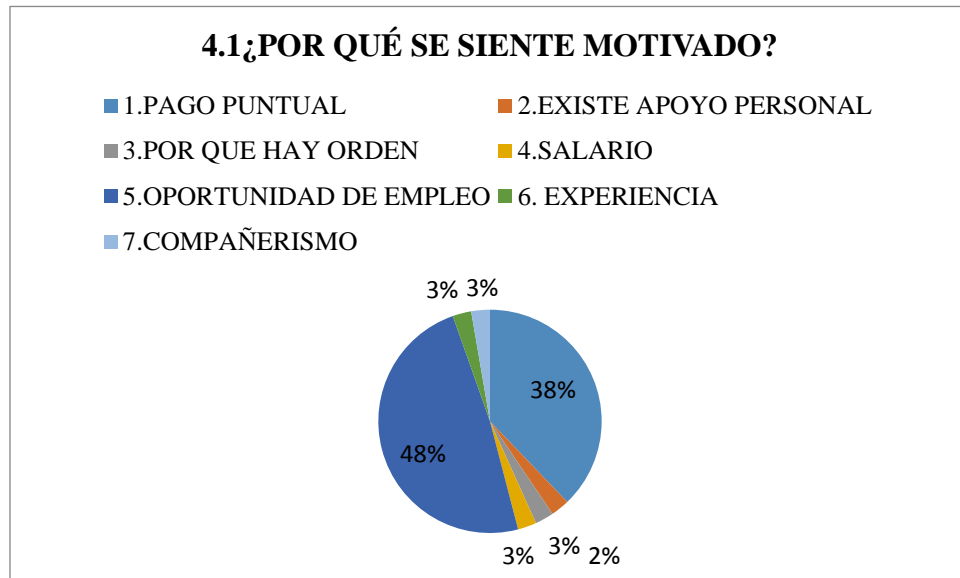
Fuente: Encuesta realizada a empleados de Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A.

En esta gráfica se observa que el al 100% de los empleados se les ha informado acerca de las funciones del puesto de trabajo.



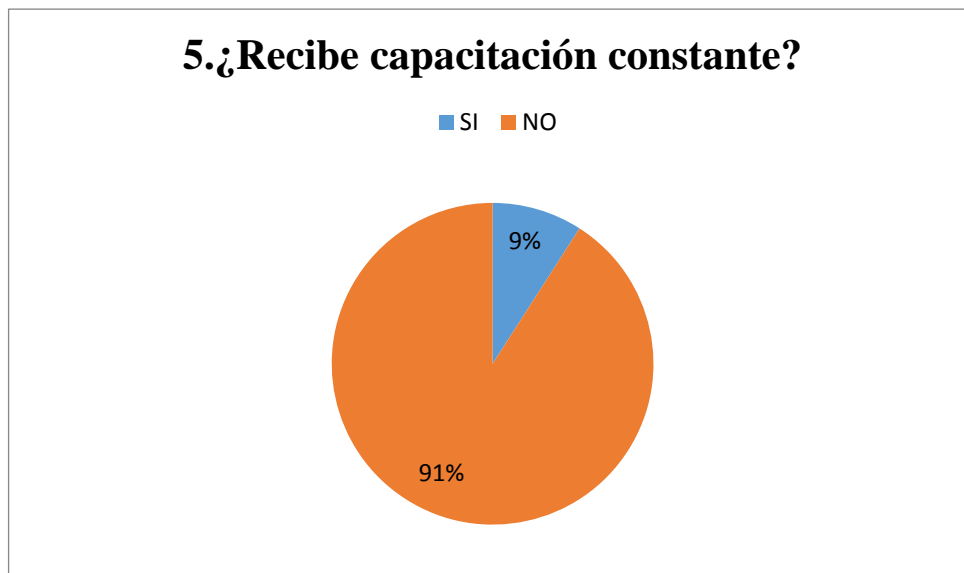
Fuente: Encuesta realizada a empleados de Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A.

En la gráfica se observa que el 96% de los empleados se sienten motivados para laborar en la empresa, contra un 4% que no se siente motivado



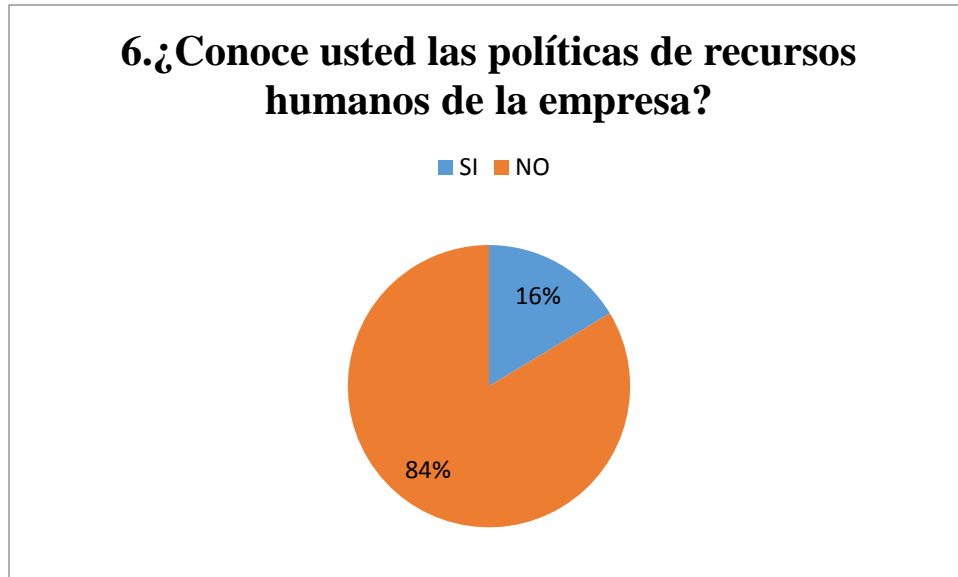
Fuente: Encuesta realizada a empleados de Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A.

En la gráfica se demuestra que el 48% de los empleados se sienten motivados en su puesto de trabajo por el pago puntual, el 38% por la oportunidad de empleo, el 3% de los empleados se sienten motivados por la experiencia, compañerismo, el salario, porque existe orden y el 2% por que existe orden.



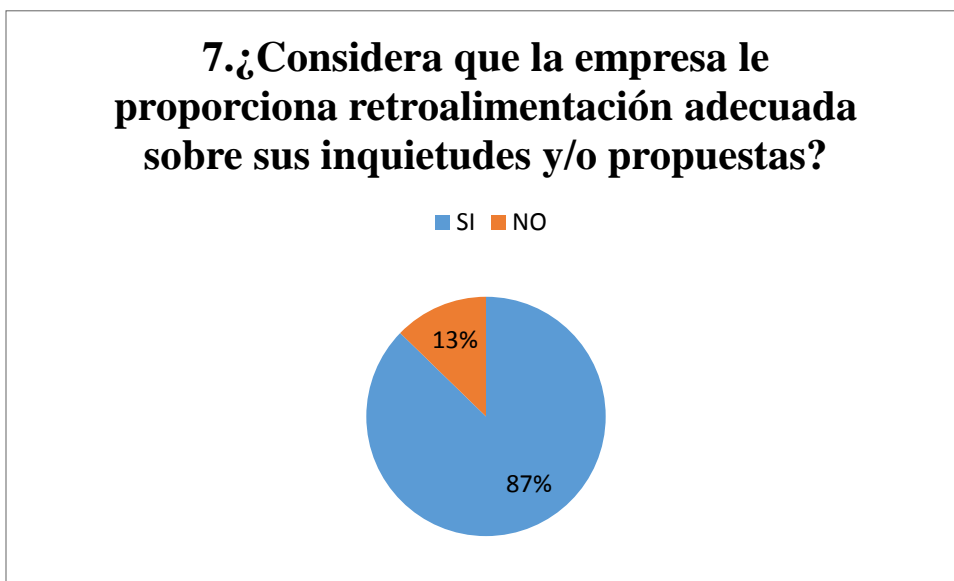
Fuente: Encuesta realizada a empleados de Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A.

En la gráfica se observa que el 91% de los empleados no recibe capacitación constante, contra el 9% que indica que si recibe capacitación constante.



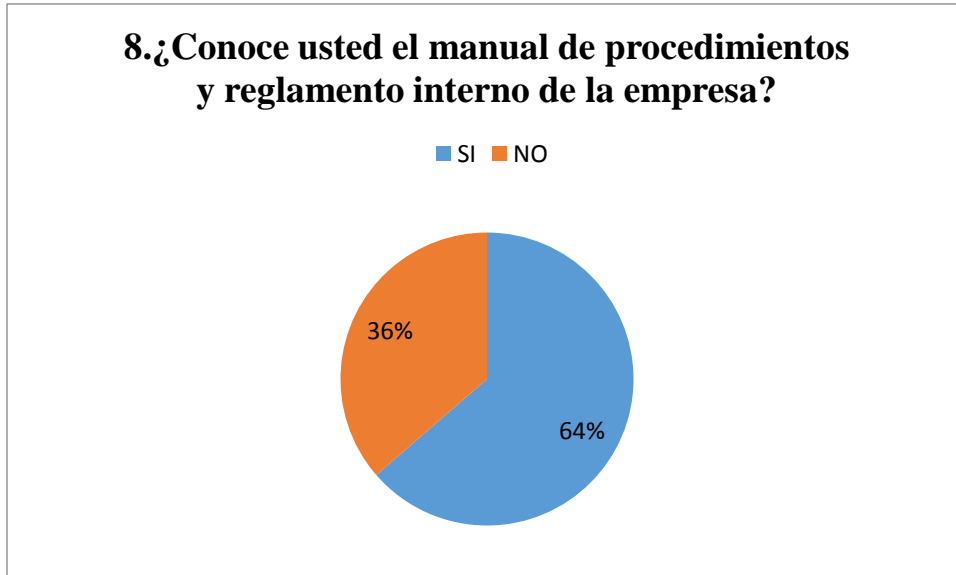
Fuente: Encuesta realizada a empleados de Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A.

En la gráfica se demuestra que el 84% de los empleados no conoce las políticas de recursos humanos de la empresa, el 16% de los empleados respondieron que si las conocen.



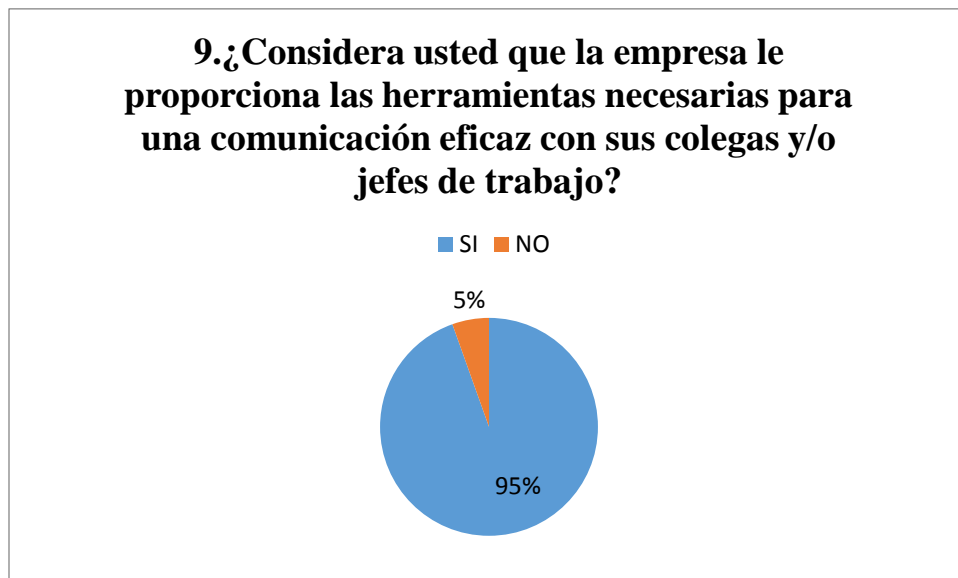
Fuente: Encuesta realizada a empleados de Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A.

En la gráfica se observa que un 87% de los empleados considera que la empresa si les proporciona retroalimentación adecuada sobre sus inquietudes y/o propuestas, un 13% de los encuestados consideran que No.



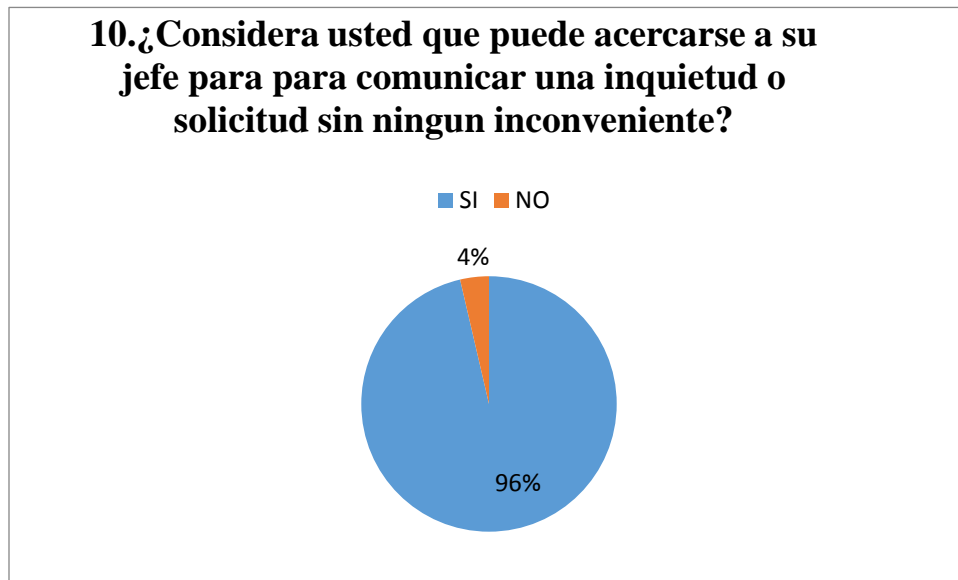
Fuente: Encuesta realizada a empleados de Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A.

En la gráfica se demuestra que un 64% de los empleados si conoce el manual procedimientos y reglamento interno de la empresa, con un 36% que no los conoce.



Fuente: Encuesta realizada a empleados de Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A.

En la gráfica se demuestra que el 95% de los empleados si considera que la empresa le proporciona las herramientas necesarias para la comunicación con sus colegas y/o jefes de trabajo, y un 5% considera que no.

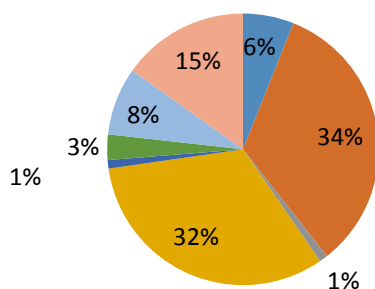


Fuente: Encuesta realizada a empleados de Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A.

En la gráfica se demuestra que el 96% de los empleados considera que Si puede acercarse a su jefe para comunicar una inquietud o solicitud sin ningún inconveniente y un 4% considera que No.

11.¿Cuáles son las herramientas de comunicación interna que existen en su empresa?

- BOLETINES
- REUNIONES
- PERIODICO INTERNO
- E-MAILS
- CARTELES /AFICHES
- PAGINA DE INTERNET
- LOS DESCONOCE
- OTROS

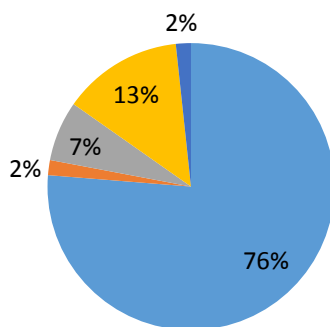


Fuente: Encuesta realizada a empleados de Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A.

En la gráfica se observa que el 34% de los empleados reconoce las reuniones como herramienta de comunicación interna, el 32% el uso de e-mails, el 15% indicio que otros, un 8% los desconoce, el 6% boletines, el 3% página de internet y el 1% indica que periódico interno y los carteles y afiches.

12. ¿Menciones las herramientas que más utiliza para comunicarse en su puesto de trabajo en la empresa para la que presta sus servicios?

■ TELEFONO ■ E-MAILS ■ CELULAR CORPORATIVO ■ SUPERVISION ■ CARTAS



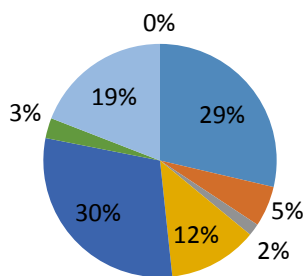
Fuente:
Encuesta

realizada a empleados de Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A.

En la gráfica se observa que el 76% de los empleados utiliza más el teléfono como herramienta de comunicación, el 13% indica que la supervisión, el 7% el celular corporativo y un 2% indica que los emails y las cartas.

13. Marque las sugerencias que considere puede mejorar la comunicación en la empresa para la que presta sus servicios

■ REUNIONES ■ PARTICIPACION
 ■ ESPACIO FISICO Y TECNOLOGIA ■ MENOS CAMBIO DE PERSONAL
 ■ CAPACITACIONES ■ RECONOCIMIENTOS
 ■ MOTIVACIONES ■ OTROS



Fuente: Encuesta realizada a empleados de Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A.

En la gráfica se observa que el 30% de los empleados considera que las capacitaciones pueden mejorar la comunicación en la empresa para la que laboran, el 29% indica que las reuniones, el

19% motivaciones, el 12% indica que menos cambio de personal, el 5% la participación, el 3% reconocimientos y el 2% espacio físico y tecnología.

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN

1.5.1. Fortalezas

- El acercamiento con los gerentes de área y la buena relación que existe entre los colaboradores a través de las reuniones que realizan.
- El uso de herramientas tecnológicas; celular corporativo, emails.
- Contar con un departamento de supervisión hace que sea más factible la comunicación con los subalternos.

1.5.2. Oportunidades

- La creación de un departamento de comunicación que velará por establecer procesos y planes de comunicación de acuerdo a las necesidades de la institución.
- Uso de redes sociales para información de los colaboradores.
- Se cuenta con el respaldo de la Gerencia y Socios de la institución para ejecutar actividades que provean un fortalecimiento de la comunicación interna.

1.5.3. Debilidades

- Alta rotación del personal
- No se cuenta con planes de capacitación al personal.
- No existe un departamento de comunicación.
- Los empleados no conocen la misión, visión y objetivos de la empresa.

1.5.4. Amenazas

- Debido a que los empleados no conocen las políticas de recursos humanos existe la posibilidad de demandas laborales.

- Poca credibilidad ante los clientes al ser una empresa de profesionales en seguridad si los empleados no cuentan con capacitación.

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A. es una empresa nueva, se fundó en el año 2016, por lo tanto, no hay antecedentes de comunicación, no se han hecho estudios o diagnósticos, tampoco se han implementado planes de comunicación.

Actualmente cuenta con página web, correos electrónicos internos, fan page en Facebook, se han hecho trifoliales con información de la empresa para apoyo en el área de ventas.

2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1. Objetivo General

Fortalecer la comunicación interna de la Empresa Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A.

2.2.2. Objetivos Específicos

- **Elaborar** material informativo de apoyo para los empleados de la institución.
- **Integrar** a todos los empleados, generar sentido de pertenencia.
- **Informar** a los empleados la misión, visión y políticas de la empresa
- **Capacitar** a los empleados en áreas de comunicación y motivación
- **Reforzar** los medios de comunicación existentes para información a los clientes.

2.3. PÚBLICO OBJETIVO

Interno: Empleados y colaboradores de todos los departamentos de la empresa Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A.

Externo: Clientes, proveedores y visitas de la empresa Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A.

2.4. MENSAJE

Todos Somos Geps

2.5. ESTRATEGIAS

- Campaña informativa para empleados
- Fortalecimiento de la imagen institucional

2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

- Campaña informativa para empleados
- Fortalecimiento de la Imagen Institucional

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. PROYECTO DESARROLLADO

3.1.1. Financiamiento

El financiamiento de la ejecución del plan de comunicación estuvo financiado por la empresa Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A, el comunicador donó sus honorarios a la identidad, en cuanto a la creación del plan, la coordinación de la ejecución y la supervisión.

3.1.2 Presupuesto

Cantidad	Detalle	CostoUnitario	Costo Total	Financiamiento
1	Diseño de folletos de inducción al personal	Q.750.00	Q. 750.00	EmpresaGeps
200	Impresión de folletos en papel bond full color	Q.5.50	Q. 1,100.00	EmpresaGeps
3	Talleres de motivación al personal	Q.1,500.00	Q. 4,500.00	EmpresaGeps
1	Taller de comunicación organizacional para área administrativa	Q.750.00	Q. 750.00	EmpresaGeps
1	CoffeBreak para talleres	Q.150.00	Q. 600.00	EmpresaGeps
1	Alquiler de sillas para talleres	Q.200.00	Q. 200.00	EmpresaGeps
1	Grabación de video informativa para clientes de 3 minutos de duración	Q8,800.00	Q. 8,800.00	EmpresaGeps
1	Transporte para grabación de video	Q.400.00	Q. 400.00	EmpresaGeps
1	Rótulos en acrílico para misión y visión	Q.380.00	Q. 760.00	EmpresaGeps
1	Honorarios comunicadores por investigación, planeación y ejecución de plan de comunicación	Q.10,000.00	Q.10,000.00	Epesista
Financiamiento Monto		Total del Proyecto	Q.27,860.00	Q.27,860.00

Epesista
Empresa

Q.10,000.00
Q.17,860.00

Concepción de María Orellana Guillén
Elaborado: 05/abril/2019

3.1.3 Beneficiarios

Empleados y colaboradores de todos los departamentos de la empresa Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A. con los procesos de comunicación implementados el personal está mejor informado, se evita que exista el rumor, los mensajes son más claros y existe una retroalimentación aumentando la productividad en todas las áreas.

Clientes, proveedores y visitas de la empresa Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A.

3.1.4 Recursos Humanos

Para la ejecución del plan de comunicación desarrollado el recurso humano estuvo conformado por:

- Epesista como comunicador que dirigió el plan
- Dirección General de la empresa
- Empleados y colaboradores de la empresa
- Capacitadores
- Diseñadores gráficos
- Proveedores

3.1.5 Áreas Geográficas de Acción

Ciudad de Guatemala, zonas 11 y 12

3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

ACCION 1

A qué estrategia responde la acción	Campaña informativa para empleados Los empleados no conocen la misión, visión y objetivos de la empresa, el manual de procedimientos y reglamento interno, ni las políticas de recursos humanos.
Problema	
Producto	Folleto de Inducción al Personal a la Institución
Objetivo comunicacional	Integrar a todos los empleados, generar sentido de pertenencia.
Público objetivo	Interno (empleados de la empresa GEPS) Impreso, (se imprimirán 200 folletos de inducción) se estarán entregando a cada empleado al momento de su contratación e integración a la empresa y se distribuirán a los empleados actuales.
Medio de difusión	
Fuente: Concepción de María Orellana Guillen	

ACCION 2

A qué estrategia responde la acción	Campaña informativa para empleados Alta rotación del personal al no sentirse motivado y/o incentivado.
Problema	
Producto	Talleres de capacitación al personal.
Objetivo comunicacional	Capacitar a los empleados en áreas de comunicación y motivación
Público objetivo	Interno (empleados de la empresa GEPS)
Medio de difusión	Presencial, según calendario de actividades.
Fuente: Concepción de María Orellana Guillen	

ACCION 1

A qué estrategia responde la acción	Fortalecimiento de la imagen institucional No se conoce la misión y visión de la institución.
Problema	
Producto	Rótulo acrílico con misión y visión
Objetivo comunicacional	Reforzar los medios de comunicación existentes para información a los clientes.
Público objetivo	Externo (clientes, proveedores, visitas) Impreso en acrílico instalado en la pared área de recepción.
Medio de difusión	
Fuente: Concepción de María Orellana Guillen	

ACCION 2

<p>A qué estrategia responde la acción</p> <p>Problema</p> <p>Producto</p> <p>Objetivo comunicacional</p> <p>Público objetivo</p> <p>Medio de difusión</p> <p>Fuente: Concepción de María Orellana Guillen</p>	<p>Fortalecimiento de la imagen institucional</p> <p>Existe poca información de la experiencia de la institución.</p> <p>Video informativo</p> <p>Reforzar los medios de comunicación existentes para información a los clientes.</p> <p>Externo (clientes, proveedores)</p> <p>Digital, con duración de 3 minutos, se subirá en la página web de la institución y una versión corta de 1 minuto para redes sociales.</p>
--	---

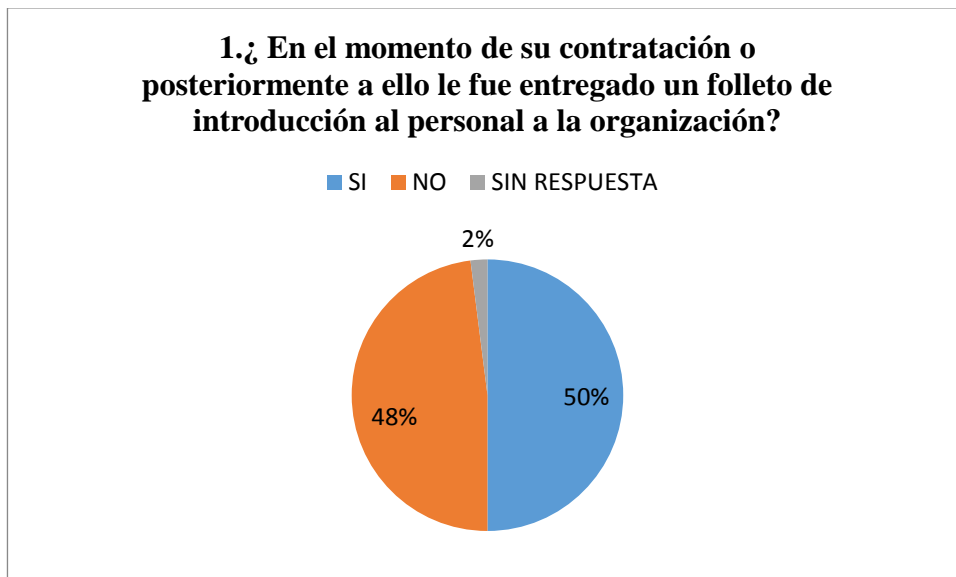
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDAD	ABRIL			MAYO			JUNIO			JULIO		
FOLLETO												
Aprobación diseño folleto			■									
Enviar a Imprenta para impresión				■								
Recepción de folletos de imprenta					■							
Entrega de folletos a personal y en puestos ya asignados						■						
ROTULOS MISION/VISION												
Orden de producción					■							
Colocación de rótulos en área de recepción						■						
CAPACITACIONES												
Motivación en el Puesto de Trabajo: Aprender cómo Auto motivarse y cómo mantener la actitud adecuada.						■						
Motivación en el Puesto de Trabajo: Aprender cómo Auto motivarse y cómo mantener la actitud adecuada.							■					
Comunicación Organizacional								■				
Comunicación Efectiva: Evite la agresión, practique Asertividad.									■			
VIDEO *												
Orden de producción								■				
Grabación y producción de video									■			
Subir video a Web										■		
Subir video a RRSS											■	
* La producción del video quedó pendiente a ejecutarse por falta de presupuesto. (se ejecutará en los próximos meses)							Elaborado por: Concepción de María Orellana					

3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO

El control del plan de comunicación se realizó de acuerdo a las acciones realizadas, teniendo como objetivo el fortalecimiento de la comunicación interna de la Empresa Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A. de acuerdo al calendario de las actividades que se desarrollaron, el comunicador epesista estuvo presente en dichas actividades para monitorear que se llevarán a cabo de acuerdo a lo establecido en el plan.

Finalmente se realizó la recolección mediante técnicas de investigación, la más habitual en metodología cuantitativa es la encuesta, se realizó una encuesta al 65% de los empleados y colaboradores de la institución (los resultados y análisis se muestran a continuación)

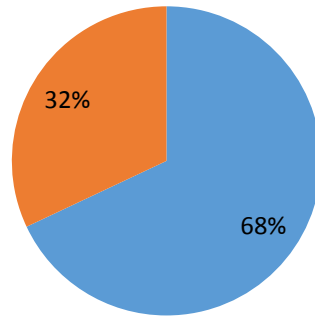


Fuente: Encuesta realizada a empleados de Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A.

En la gráfica se observa que el 50% de los empleados encuestados si recibieron el folleto de inducción al personal a la organización mientras que 48% indica que no lo recibió, un 2% no respondió.

2.¿ Participó en las capacitaciones programadas por la empresa sobre Motivación al Personal?

■ SI ■ NO

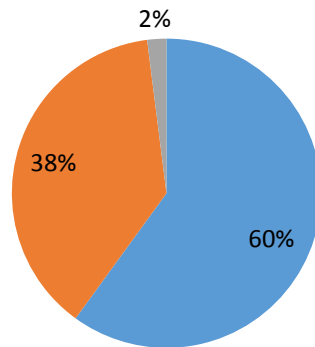


Fuente: Encuesta realizada a empleados de Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A.

En la gráfica se observa que el 68% de los empleados encuestados si participaron en las capacitaciones que se llevaron a cabo sobre motivación al personal, mientras que un 32% indica que no participó.

3.¿ Participó en las capacitaciones programadas por la empresa sobre comunicación organizacional interna?

■ SI ■ NO ■ SIN RESPUESTA

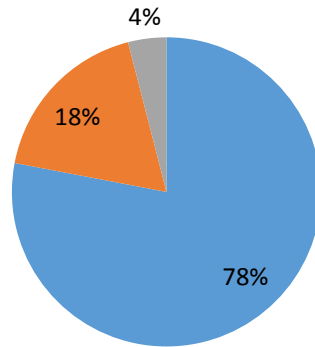


Fuente: Encuesta realizada a empleados de Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A.

En la gráfica se observa que el 60% de los empleados encuestados si participaron en las capacitaciones que se llevaron a cabo sobre comunicación organizacional, mientras que un 38% indica que no participó, se muestra un 2% sin respuesta.

4.¿ Ha visto alguna mejora en cuanto a los procesos de comunicación en la empresa?

■ SI ■ NO ■ SIN RESPUESTA



Fuente: Encuesta realizada a empleados de Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A.

En la gráfica se observa que el 78% de los empleados encuestados ha visto mejoras en los procesos de comunicación entre los cuales mencionan reuniones con más frecuencias y que los mensajes han sido más claros, mientras que un 18% indica que no ha visto mejoras en los procesos de comunicación, se muestra un 4% sin respuesta.

CONCLUSIONES

Los procesos de comunicación implementados en la empresa de servicios de seguridad privada Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A. fueron llevados a cabo con éxito, demostrando que todos los colaboradores y empleados están comprometidos a que se cumplan ya que ha mejorado la comunicación interna entre todas las áreas, con mensajes más claros y oportunos para el cumplimiento de las atribuciones en cada puesto.

Se debe reforzar la importancia de la comunicación interna en las áreas que administran la empresa, para que pueda colaborar en llevar a cabo los objetivos del plan de comunicación implementado, haciendo que se cumplan los procesos establecidos.

El diagnóstico demostró que si existen herramientas de comunicación con tecnología moderna (e-mail, teléfonos celulares, chats) y los empleados y colaboradores hacen uso adecuado de las mismas.

RECOMEDACIONES

Estas se dan con base en el seguimiento y evaluación que se realizó.

A Recursos Humanos: Se debe tomar en cuenta que el folleto de inducción al personal se debe entregar al personal en el momento de su contratación, ya que contiene toda la información de la empresa, misión, visión y todo lo referente a los procedimientos de pagos de salarios, prestaciones, seguro social, etc., esto evita que exista rumor y que los empleados trabajen sin sentirse motivados ya que el folleto les da la bienvenida y les da sentido de pertenencia a la organización.

Continuar con capacitaciones al personal, talleres de comunicación, así como también se recomienda que se pueda impartir talleres de cómo utilizar las herramientas de comunicación de forma correcta, un correo electrónico, un chat, un libro de quejas, etc.

A Gerencia General y la Dirección de la empresa: se deben programar reuniones con más frecuencia para atender las necesidades de cada área y que exista retroalimentación adecuada, es conveniente realizar diagnósticos de comunicación al menos una vez al año, para poder identificar

las deficiencias que se puedan dar en cada área respecto a la comunicación interna que maneja la organización.

A los Supervisores: Realizar preguntas a los guardias en sus puestos al momento de supervisar respecto a si existen quejas de los clientes a los que prestan el servicio, incentivarlos a informar de forma adecuada sus peticiones y demandas, los supervisores deberán informar de forma precisa dichas demandas al área que corresponda para poder darle seguimiento.

A todos los empleados y colaboradores: Que crean en las nuevas tecnologías de comunicación e información como el internet, correos electrónicos, redes sociales y que distingan cuáles son las más indicadas para su área de trabajo y que estas sean utilizadas de forma prudente para cumplir con los objetivos de sus puestos de trabajo.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

ADMINISTRACIÓN: La administración es la ciencia social que tiene por objeto el estudio de las organizaciones y la técnica encargada de la planificación, organización, dirección y control de los recursos (humanos, financieros, materiales, tecnológicos, del conocimiento, etc.) de una organización, con el fin de obtener el máximo beneficio posible; este beneficio puede ser social, económico, dependiendo de los fines perseguidos por la organización.

ALCANCE: Indica la distancia que puede alcanzar la acción o la influencia de algo o alguien en alguna cuestión

ANÁLISIS: Examen detallado de una cosa para conocer sus características o cualidades, o su estado, y extraer conclusiones, que se realiza separando o considerando por separado las partes que la constituyen.

ANEXOS: Son agregados de un trabajo que podemos incluir al final del documento.

ANTECEDENTES: Acción, hecho, dicho o circunstancia que permite comprender o valorar hechos posteriores.

CAMPAÑA: Conjunto de actividades o de trabajos que se realizan en un período de tiempo determinado y están encaminados a conseguir un fin.

COMUNICACIÓN: es la acción consciente de intercambiar información entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir información u opiniones distintas.

COMUNICADOR: Un comunicador es una persona como organización que se dedica a transmitir eficientemente un mensaje a un público objetivo a través de un medio de comunicación.

CANAL DE COMUNICACIÓN: Medio de transmisión por el que viajan las señales portadoras de información entre emisor y receptor.

CLIMA LABORAL: Conjunto de condiciones sociales y psicológicas que caracterizan a la empresa, y que repercuten de manera directa en el desempeño de los empleados.

COLABORADOR: Persona que trabaja con otras en la realización de una tarea común.

CRONOGRAMA: Calendario de trabajo o de actividades.

DEFICIENCIA: hace referencia a cualquier elemento, cosa o situación que no sea perfecta o que posea algún tipo de imperfección, carencia o defecto.

DIAGNÓSTICO: Alude, en general, al análisis que se realiza para determinar cualquier situación y cuáles son las tendencias. Esta determinación se realiza sobre la base de datos y hechos recogidos y ordenados sistemáticamente, que permiten juzgar mejor qué es lo que está pasando.

DIFUSIÓN: Proceso de propagación o divulgación de conocimientos, noticias, actitudes, costumbres, modas, eventos de televisión, etc.

DIGITAL: En la actualidad se refiere a parte de la tecnología y la informática para hacer referencia a la representación de información de modo binario (en dos estados).

DISTORSION: Deformación de un sonido, una imagen, una señal, etc., producida durante su transmisión o reproducción.

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

ENCUESTA: Serie de preguntas que se hace a muchas personas para reunir datos o para detectar la opinión pública sobre un asunto determinado.

ESTADÍSTICA: Ciencia que utiliza conjuntos de datos numéricos para obtener, a partir de ellos, inferencias basadas en el cálculo de probabilidades.

ESTRATEGIA: Es un plan para dirigir un asunto, se compone de una serie de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones y a conseguir los mejores resultados.

FILOSOFIA: Es un conjunto de principios, valores y pautas de actuación genéricas en las que se puede incluir la visión y la misión de una organización empresarial.

FINANCIAMIENTO: Mecanismo por medio del cual se aporta dinero o se concede un crédito a una persona, empresa u organización para que esta lleve a cabo un proyecto

FOLLETO: Impreso de corta extensión en el que se explica algo.

FUENTE: Es el principio, origen o fundamento de algo.

GRÁFICOS: Representación de datos numéricos o de cantidades que se hace por medio de dibujos, coordenadas, esquemas o líneas que reflejan la relación que existe entre dichos datos.

INFORMACIÓN: Grupo de datos ya supervisados y ordenados, que sirven para construir un mensaje basado en un cierto fenómeno o ente. La información permite resolver problemas y tomar decisiones, ya que su aprovechamiento racional es la base del conocimiento.

INSTITUCIÓN: es un organismo público o privado creado para desempeñar una determinada labor cultural, científica, política o social.

INTERPRETACIÓN: Es el hecho de que un contenido material, ya dado e independiente del intérprete, sea comprendido traducido a una nueva forma de expresión, consiste en reconstruir la realidad material a la que se refiere una representación de la realidad.

INVESTIGACIÓN: Se refiere al proceso de naturaleza intelectual y experimental que, a través de un conjunto de métodos aplicados de modo sistemático, persigue la finalidad de indagar sobre un asunto o tema, así como de aumentar, ampliar o desarrollar su conocimiento, sea este de interés científico, humanístico o tecnológico.

MANUAL: Se denomina manual a toda guía de instrucciones que sirve para el uso de un dispositivo, la corrección de problemas o el establecimiento de procedimientos de trabajo.

MENSAJE: Es, en el sentido más general, el objeto de la comunicación. Está definido como la información o enunciado verbal que el emisor envía al receptor a través de un canal de comunicación o medio de comunicación determinado

MÉTODO: Método hace referencia a un conjunto de estrategias y herramientas que se utilizan para llegar a un objetivo preciso.

MÉTODO CUANTITATIVO: El método cuantitativo también conocido como investigación cuantitativa, empírico-analítica, racionalista o positivista es aquel que se basa en los números para investigar, analizar y comprobar información y datos.

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

MISIÓN: Propósito que una persona, institución o grupo debe de cumplir de acuerdo a sus fines como diplomática, científica, empresarial, cultural, personal, entre otras.

MUESTRA: Parte o cantidad pequeña de una cosa que se considera representativa del total y que se toma o se separa de ella con ciertos métodos para someterla a estudio, análisis o experimentación.

OBJETIVO: El fin al que se desea llegar o la meta que se pretende lograr. Es lo que impulsa al individuo a tomar decisiones o a perseguir sus aspiraciones. Es sinónimo de destino, fin, meta.

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

OMISIÓN: Abstención de hacer o decir algo. También es una falta, un descuido o una negligencia por parte de alguien encargado de realizar una tarea y que no la realiza.

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

ORGANIZACIÓN: Es una estructura administrativa y sistema administrativo creado para lograr metas u objetivos con apoyo de los propios seres humanos, y/o con apoyo del talento humano o de otras características similares.

PLAN: Se trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigirla y encauzarla.

POBLACIÓN: Población es un conjunto de seres vivos de una especie que habita en un determinado lugar.

PRESENCIAL: Que implica la presencia de algo o alguien.

PRESUPUESTO: la cantidad de dinero que se estima que será necesaria para hacer frente a ciertos gastos.

PRODECIMIENTO: Método o modo de tramitar o ejecutar una cosa.

PRODUCTO: Cosa producida natural o artificialmente, o resultado de un trabajo u operación.

PROCESO: Secuencia de pasos dispuesta con algún tipo de lógica que se enfoca en lograr algún resultado específico.

PROPEDÉUTICO: Es el conjunto de saberes necesarios para preparar el estudio de una materia, ciencia o disciplina

PROPUESTA: Proyecto o idea que se presenta a una persona para que lo acepte y dé su conformidad para realizarlo.

PÚBLICO OBJETIVO: Es una noción que se emplea en el ámbito del marketing, comunicación y la publicidad. El concepto hace referencia a un consumidor representativo e ideal al cual se dirige una campaña o al comprador al que se aspira a seducir con un producto o un servicio.

RECURSOS HUMANOS: Conjunto de colaboradores de una organización, sector económico o de una economía completa. Frecuentemente también se utiliza para referirse al sistema o proceso de gestión que se ocupa de seleccionar, contratar, formar, emplear y retener al personal que la organización necesita para lograr sus objetivos.

RESULTADO: La consecuencia o el fruto de una determinada situación o de un proceso. El concepto se emplea de distintas maneras de acuerdo al contexto.

RETROALIMENTACIÓN: Alude a toda la información relevante que el receptor de un mensaje puede devolver a su emisor con la finalidad de, por un lado, transmitirle al emisor que se cumplió la intención comunicativa, y, por otro, influir en el comportamiento comunicativo ulterior del emisor del mensaje.

RÓTULO: Papel, cartón, plástico, etc., impreso o manuscrito que se pone en un lugar visible para anunciar o indicar algo.

SITUACIÓN: Para la teoría de la comunicación, una situación es un factor comunicativo que está dado por el marco del vínculo que surge en un determinado proceso de comunicación. En otras palabras, la situación es el lugar y el instante en que se concreta una comunicación.

SUBALTERNO: Que trabaja a las órdenes de una persona o tiene una categoría inferior a ella.

TALLERES: Curso, generalmente breve, en el que se enseña una determinada actividad práctica o artística

TÉCNICAS DE ANALISIS: Son herramientas útiles para organizar, describir y analizar los datos recogidos con los instrumentos de investigación.

TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN: Se refiere al uso de una gran diversidad de técnicas y herramientas que pueden ser utilizadas por el analista para desarrollar los sistemas de información, los cuales pueden ser la entrevistas, la encuesta, el cuestionario, la observación, el diagrama de flujo y el diccionario de datos.

VARIABLE: Una variable estadística es una característica que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de adoptar diferentes valores, los cuales pueden medirse u observarse.

VIABLE: Que puede ser realizado.

VIDEO: Sistema que permite la grabación de imágenes y sonidos en una cinta magnética que después puede reproducirse y verse en la pantalla de un televisor.

VISIÓN: Indica a donde se desea llegar a largo plazo.

BIBLIOGRAFÍA

- Andrade, H. (2005) *Comunicación organizacional Interna, proceso, disciplina y técnica*, España, Netillo, S.L, recuperado de www.netbiblo.com
- Hueso, A. y Cascant, J. (2012) *Metodologías y técnicas cuantitativas de investigación*, Valencia, España, Universita Politécnica de Valencia
- Hernandez, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2044) *Metodología de la investigación*, México, McGraw Hill, Interamericana Editores, SA. De C.V.
- KREPS, Gary. (1995) *La Comunicación en las Organizaciones*, España. Editorial Addison-Wesley Iberoamericana.
- Del Pozo, M. (1999) *Gestión de la Comunicación Interna en las Organizaciones*. España Universidad de Navarra
- Robbins, P. (2004) *Comportamiento Organizacional*. México. Editorial Pearson Prentice Hall.
- Roebuck, C (200) *Comunicación Eficaz*. España. Editorial Blume Empresa.
- Portilla, P. (2014) *Plan estratégico de comunicación interna para una institución descentralizada de gobierno*. Tesis de Posgrado. Guatemala, Universidad Rafael Landívar, Facultad de Humanidades.
- Valenzuela, J. (2014) *Diagnóstico de comunicación interna de una empresa transnacional de Courier (entrega de paquetes) que opera en el mercado local*. Tesis inédita. Guatemala, Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la comunicación
- Valdivieso, M. (2011) *Propuesta de comunicación interna para le empresa Etapa*. Tesis inédita. Ecuador, Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca, Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación.

ANEXOS

Encuesta a empleados (personal operativo)



Cuestionario a empleados y gerentes sobre Comunicación interna

Como estudiante de la Universidad de San Carlos de Guatemala, ECC, agradezco su colaboración para llenar el siguiente cuestionario que es parte de una investigación de diagnóstico de la comunicación interna en una empresa que presta servicios de seguridad privada.

Instrucciones: seleccione una casilla y marque el círculo completamente.

Datos demográficos

Género

Masculino

Femenino

Edad

18 a 30 años

31 a 50 años

51 a 70 años

Estado civil

soltero

casado

unido

1. ¿Conoce usted la misión y visión de la empresa para la que labora?

Si No

2. ¿Conoce usted los objetivos de su puesto de trabajo?

Si No

3. ¿Su jefe inmediato le ha informado acerca de las funciones de su puesto de trabajo?

Si No

4. ¿Se siente motivado para trabajar en la empresa para la que presta sus servicios?

Si No Por qué _____

5. ¿Recibe capacitación constante?
 Si No
6. ¿Conoce usted las políticas de recursos humanos de la empresa?
 Si No
7. Considera que la empresa le proporciona retroalimentación adecuada sobre sus inquietudes y/o propuestas?
 Si No
8. ¿Conoce usted el manual de procedimientos y reglamento interno de la empresa?
 Si No
9. Considera usted que la empresa le proporciona las herramientas necesarias para una comunicación eficaz con sus colegas y/o jefes de trabajo?
 Si No
10. ¿Considera usted que puede acercarse a su jefe para comunicar una inquietud o solicitud sin ningún inconveniente? Si su respuesta es No, indique por qué
 Si No Por qué _____
11. ¿Cuáles son las herramientas de comunicación interna que existe en su empresa?
 Boletines E-mails
 Reuniones Carteles/Afiches
 Periódico interno Página de internet
 Otros Los Desconoce
12. Menciones las herramientas que más utiliza para comunicarse en su puesto de trabajo en la empresa para la que presta sus servicios?

13. Marque, las sugerencias que considere pueden mejorar la comunicación en la empresa para la que presta sus servicios.
- | | |
|---|--------------------------------------|
| Reuniones <input type="radio"/> | Capacitaciones <input type="radio"/> |
| Participación <input type="radio"/> | Reconocimiento <input type="radio"/> |
| Espacio físico y tecnología <input type="radio"/> | Motivaciones <input type="radio"/> |
| Menos cambio de personal <input type="radio"/> | otros _____ |

Encuesta online, personal administrativo y de oficina.

Formulario sin título

USAC

PREGUNTAS RESPUESTAS

Sección 1 de 3

Diagnóstico de Comunicación Interna

Como estudiante de la Universidad de San Carlos de Guatemala, ECC, agradezco su colaboración para llenar el

Después de la sección 1 Ir a la sección siguiente

Sección 2 de 3

Datos demográficos

Elige una opción.

GENERO

Mujer

Hombre

EDAD

18 A 30 AÑOS

PREGUNTAS RESPUESTAS 5

Sección 4 de 4

Comunicación Interna

Elige una opción.

1. Conoce usted la misión y visión de la empresa para la que labora?

SI

NO

2. Conoce usted los objetivos de su puesto de trabajo?

SI

NO

3. Su jefe inmediato le ha informado acerca de las funciones de su puesto de trabajo?

SI

NO

4. Se siente motivado para trabajar en la empresa para la que presta sus servicios?

SI

NO

5. Recibe capacitación constante?

SI

NO

6. Conoce usted las políticas de recursos humanos de la empresa?

SI

NO

7. Considera que la empresa le proporciona retroalimentación adecuada sobre sus inquietudes y/o propuestas?

SI

NO

8. Conoce usted el manual de procedimientos y reglamento interno de la empresa?

SI

NO



Fotografía de Epesista en las instalaciones de la empresa.

Cotización capacitación personal.



Licda. Mildred Cabrera de Ordóñez

para mí ▾

mar., 12 mar. 13:11



Buena tarde!! que esté teniendo el mejor de los días.
Muchas gracias por contactarnos. Con gusto le informamos.

Trabajamos a nivel empresarial y también personal (individual).

Cada tema que solicita lo podemos impartir como un Seminario Taller de 4 horas (una jornada), inversión Q2850.00 o bien, como una pequeña charla informativa de 2 horas Q1500.00. Siempre y cuando sea en ciudad capital.
El lugar lo proporciona la empresa contratante.

Si nos brindan la oportunidad de servirles, por favor confirmarnos con 15 días de anticipación, para incluirlos en agenda.

Para afinar detalles, puede contactarnos a nuestro directo... 44320722, será un gusto atenderla.

Que esté muy bien.

Atentamente...



Guatemala, 12 de marzo de 2019

Señores,

Grupo Especial de Profesionales en Seguridad
Guatemala, Ciudad

Estimados Señores:

Por este medio les presentamos propuesta de capacitación para su equipo de trabajo.

Seminario	Temas
<i>"Comunicación Organizacional"</i>	1. Elementos de la comunicación organizacional 2. Variables de la comunicación 3. Barreras a evitar en la Comunicación Organizacional 4. Flujo de la comunicación en la organización

Solicitamos: un lugar adecuado, computadora, cañonera y equipo de sonido

Propuesta de inversión

1 Seminario de 4 horas para 10 personas **Q750.00**

Forma de pago:

Al finalizar el evento

Metodología: Aprender – Haciendo

Cada hora de capacitación está distribuida así:

20 minutos		20 minutos		20 minutos	
Facilitador	expone	Actividad:	juego, video,	Participantes	exponen
principios		clínica,	socio drama, etc.	conclusiones	

Sin más, quedo a la espera de sus comentarios.
Atentamente,

Inga. Verónica Cobar
Consultora

Capacitación Empresarial
info@capacitacionempresarialgt.com
Celular 59773148
www.capacitacionempresarialgt.com

CAPACITACIÓN EMPRESARIAL
11 avenida 15-76, zona 11 24733271- 54829744 – 59773148

Cotización taller de capacitación 2



Guatemala 01 de Abril 2019

GEPS

A continuación se detalla la cotización.

• **FOLLETO**

Material: Papel couche 80grms.
Impresión full color tiro y retiro.
8 a 10 páginas de 1/4

• **TRIFOLIAR**

Material: Papel couche 80grms.
Impresión full color tiro y retiro.
Tamaño: carta

	PRECIO UNIDAD	TOTAL
	Q.750.00	Q.750.00
	Q.250.00	Q.250.00
		Q.1,000.00

* se solicitan fotografías y la información para cada material.

María José
Monterroso
mmonterroso@circuitovisual.com

circuitovisual.com
25080785 /44721775



Cotización diseño de folleto

Guatemala 12 Marzo de 2019



VIDEO INFORMATIVO

Grabación de video informativo, de la empresa GEPS.
Video de 3 a 5min máximo y una versión corta de 1min para redes sociales.

Equipo de grabación:
Dron Phantom 4pro / pilot dron
Cámara profesional 4k / film maker
Edición y producción profesional

Locaciones:
Ciudad de Guatemala
Santa Catarina Pinula
Villa Nueva
Puerto de San José

PRECIO: Q,8,800.00

- *El transporte será proporcionado por la empresa GEPS.
- * Se solicita una agenda de grabación una semana antes de la misma.
- * Se solicita un script de lo que se necesita para poder realizar el story board.
- * Se contemplan 2 días de grabación y 10 días de post producción.

María José
Monterroso
mmonterroso@circuitovisual.com

circuitovisual.com
25080785 /44721775



Cotización grabación video informativo

SERVI IMPRESOS GABRIEL

11 Avenida Apartamento B 14-49 Zona 18 Residenciales Atlantida,
Tels.: 5791-9746. 2256-2784. E-mail: seiga3000@gmail.com
Guatemala, Guatemala.

Guatemala 05 de Abril Del 2019

A: Concepcion Orellana

Asunto: Cotizacion solicitada

200 Folletos tamaño 1/4 de oficio impresos a full color en **papel bond**
con un valor de Q 1,100.00

200 Trifoliales impresos a Full color tamaño carta en **papel Bond**
con un valor de Q950.00

Nota: Estos Precios Ya Incluye IVA

Cotización impresión de folletos

Cotización rótulos



Guatemala 22 de Marzo de 2019

A continuación se detalla la cotización.

- **Rótulo misión y visión**
Material: Acrílico de 40x40cm
Impresión he instalación en acrilico
Instalación en pared con pernos

CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	TOTAL
2	Q.380.00	Q.760.00
		Q.760.00

Precio incluye iva. Se solicita 1 día para la instalación.

María José
Monterroso
mmonterroso@circuitovisual.com

circuitovisual.com
25080785 /44721775

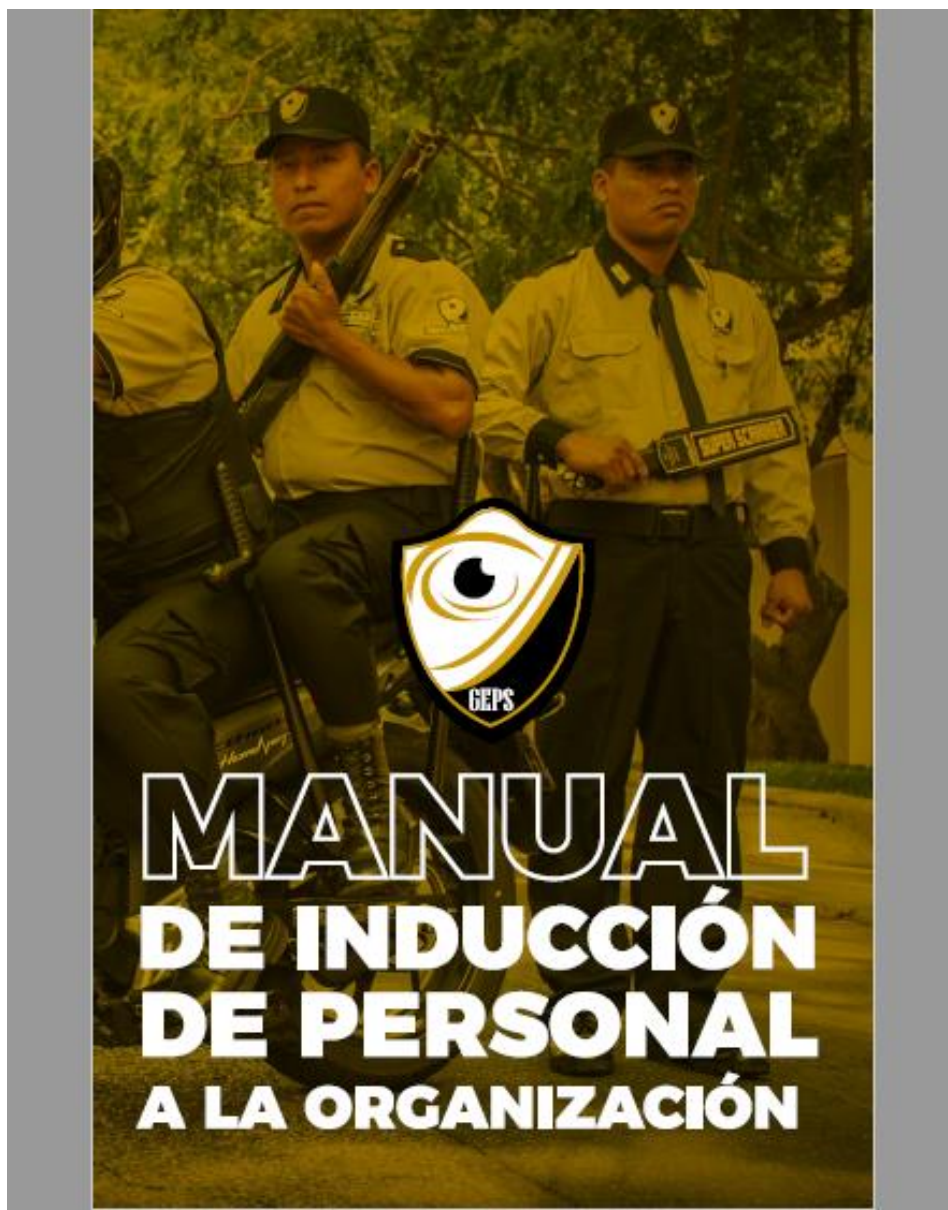




Reuniones con personal para establecer el plan de comunicación



Reuniones con personal para establecer el plan de comunicación



Folleto inducción al personal.



BIENVENIDOS


al equipo de

GRUPO ESPECIAL DE PROFESIONALES EN SEGURIDAD

La vida o quizá el destino te ha traído
hacia nosotros, eres muy afortunado,
pues aquí encontrarás un gran
ambiente y un buen equipo de
trabajo, claro que eso depende en gran
medida de ti y de tu disposición de
cooperar en el equipo GEPS

En GEPS estamos
felices de que te hayas
unido a nosotros

Todos somos GEPS



Folleto inducción al personal.



Folletos de inducción al personal impresos.



Entrega de folletos a personal en sus puestos de trabajo.



E

Entrega de folletos al personal en su momento de contratación.



Rótulos de Misión y Visión instalados en recepción.



Rótulos de Misión y Visión instalados en recepción

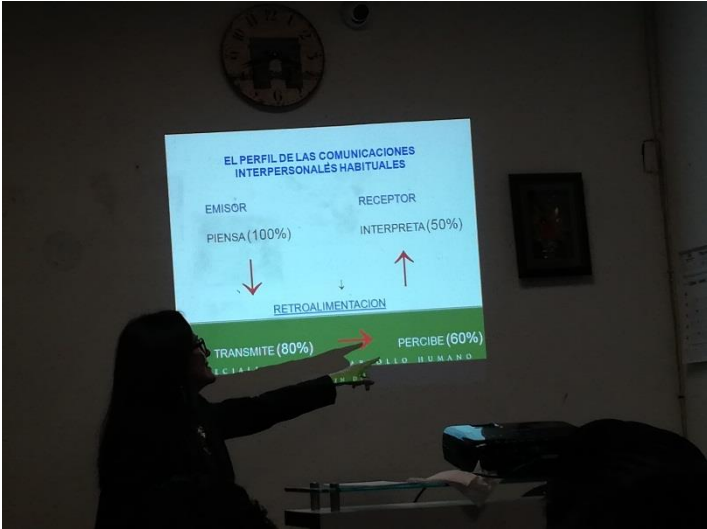
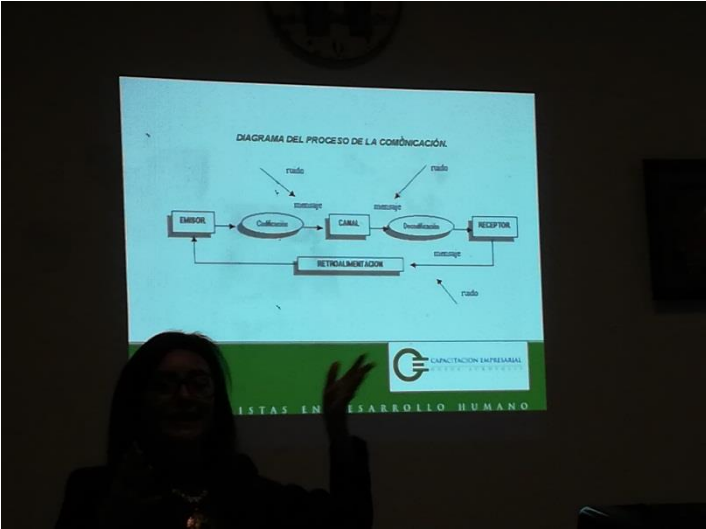


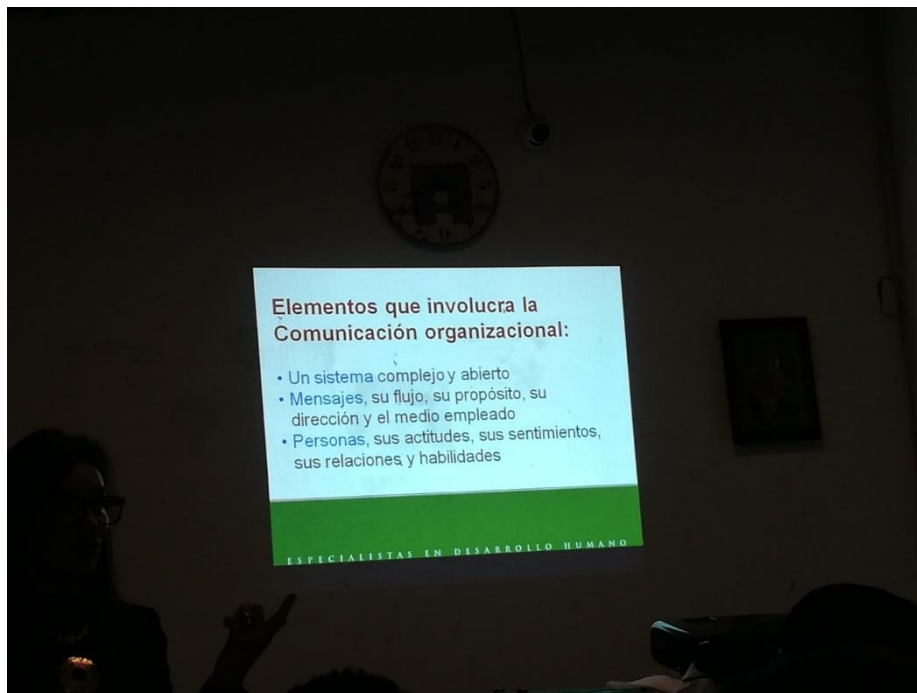
Capacitaciones al personal.



Certificados de capacitaciones al personal.

Capacitaciones al personal.





Capacitaciones al personal.



Encuesta de seguimiento de plan de comunicación.



Cuestionario a empleados y gerentes / Seguimiento plan de Comunicación

Como estudiante de la Universidad de San Carlos de Guatemala, ECC, agradezco su colaboración para llenar el siguiente cuestionario que es parte del seguimiento de un plan comunicación interna implementando en la empresa que presta servicios de seguridad privada.

Instrucciones: seleccione una casilla y marque el círculo completamente.

Datos demográficos

Género

Masculino

Femenino

Edad

18 a 30 años

31 a 50 años

51 a 70 años

Estado civil

soltero

casado

unido

1. ¿En el momento de su contratación o posteriormente a ello le fue entregado un Folleto de Inducción al personal a la organización?

Si No

2. Participo en las capacitaciones programadas por la empresa sobre Motivación al Personal?

Si No

3. ¿Participo en las capacitaciones programas por la empresa sobre comunicación interna?

Si No

4. ¿Ha visto algunas mejoras en cuanto a los procesos de comunicación en la empresa?

Si No

Mencione algunas



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): Concepción de María Orellana Guillén
No. Carné y DPI: 200418789 / 2371 35935 0101


Jefe o Encargado (a): Bachiller / Juan Manuel Arévalo Bonilla / Gerente General
Institución o Empresa: Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, 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	8	4	4	4	4	4	28 hrs.
2	Del: 20 / Al: 25	Mayo	8	4	4	4	8	4	32 hrs.
3	Del: 27 / Al: 31	Mayo	8	4	4	8	4	4	32 hrs.
4	Del: 01 / Al: 08	Junio	4	4	4	8	4	4	28 hrs.
5	Del: 10 / Al: 15	Junio	8	4	8	4	8	4	36 hrs.
6	Del: 17 / Al: 22	Junio	8	4	8	8	4	4	36 hrs.
7	Del: 24 / Al: 30	Junio	8	8	4	4	8	4	36 hrs.
8	Del: 01 / Al: 07	Julio	0	8	8	4	4	4	28 hrs.
9	Del: 08 / Al: 13	Julio	8	8	8	8	8	4	44 hrs.
10	Del: / Al:								
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									

(f) 
 Juan Manuel Arévalo Bonilla
 Grupo Especial de Profesionales en Seguridad, S.A.



(f) 
 Lic. Josue Andrade
 Supervisor de EPSL

