

**UNIVERSIDAD FRANCISCO GAVIDIA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**



**TRABAJO DE GRADUACIÓN:
“DISEÑO DE UN MANUAL DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL, QUE
CONTRIBUYA A LA EFICIENCIA DE LAS RELACIONES CON EL PÚBLICO
INTERNO DEL BANCO DE LOS TRABAJADORES SALVADOREÑOS EN EL
DEPARTAMENTO DE SANTA ANA”**

**PRESENTADO POR:
AURA CRISTINA CISNEROS CALDERÓN
FÁTIMA VERÓNICA LIMA REYES
DAVID ALBERTO NÚÑEZ HERNÁNDEZ**

**PARA OPTAR AL GRADO DE:
LICENCIADO EN RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIONES**

SANTA ANA, EL SALVADOR C.A.

JULIO 2009

**UNIVERSIDAD FRANCISCO GAVIDIA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**



AUTORIDADES

ING. MARIO ANTONIO RUÍZ RAMÍREZ

RECTOR

LICDA. TERESA DE JESÚS GONZÁLEZ DE MENDOZA

SECRETARIA GENERAL

LIC. ADALBERTO ELIAS CAMPOS BATRES

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



No. 3674

Universidad Francisco Gavidia

ACTA DE LA DEFENSA DE TRABAJO DE GRADUACIÓN.

Acta N° 12-09 Mes de julio de 2009

En la sala de Defensas de Centro Regional de Occidente de la Universidad Francisco Gavidia, a las 16 horas del día 15 de julio del año 2009; siendo estos el día y la hora señalada para el análisis y la defensa del trabajo de graduación: “DISEÑO DE UN MANUAL DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL QUE CONTRIBUYA A LA EFICIENCIA DE LAS RELACIONES CON EL PÚBLICO INTERNO DE EL BANCO DE LOS TRABAJADORES SALVADOREÑOS EN EL DEPARTAMENTO DE SANTA ANA.”

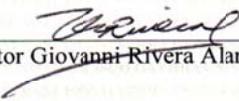
Presentado por los estudiantes: Aura Cristina Cisneros Calderón, Fátima Verónica Lima Reyes y David Alberto Núñez Hernández de la carrera de: Lic. en Relaciones Públicas y Comunicaciones.

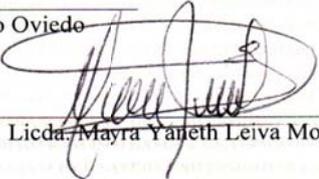
Y están presentes los interesados y el Tribunal Calificador, se procedió a dar cumplimiento a lo estipulado, habiendo llegado el Tribunal, después del interrogatorio y las deliberaciones correspondientes, a pronunciarse por este fallo:

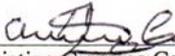
<u>APROBADA</u>	Aura Cristina Cisneros Calderón
<u>APROBADA</u>	Fátima Verónica Lima Reyes
<u>APROBADA</u>	David Alberto Núñez Hernández

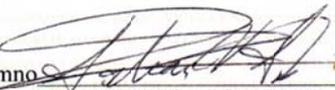
Y no habiendo más que hacer constar, se da por terminada la presente.

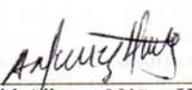
Presidente. 
Lic. Luis Enrique Salguero Oviedo

Vocal 
Lic. Víctor Giovanni Rivera Alarcón

Vocal 
Licda. Mayra Yaneth Leiva Morán

Alumno 
Aura Cristina Cisneros Calderón

Alumno 
Fátima Verónica Lima Reyes

Alumno 
David Alberto Núñez Hernández

Tecnología, Humanismo y Calidad

AGRADECIMIENTOS

A mi Padre Celestial, por ser mi luz y mi guía en todo momento y darme la oportunidad de completar mi carrera.

A mis padres y hermanos por su confiar en mí y brindarme su apoyo incondicional

A mis compañeros de tesis por la amistad, esfuerzo que nos une y a todo el trabajo dedicado en este logro.

A toda mi familia, amigos y docentes que han creído en mí y me han dado toda su amistad sincera y apoyo especial.

AURA CRISTINA CISNEROS CALDERÓN

AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios por darme la oportunidad de cumplir uno más de mis sueños.

A mis padres por el apoyo incondicional brindado.

A mis hermanos por su cariño y apoyo.

A mi novio por su apoyo incondicional.

A mis compañeros de tesis por todo el esfuerzo realizado en toda la carrera.

A todos mis compañeros a lo largo de mis estudios por todos los momentos compartidos y por sus muestras de cariño.

A todos los docentes por formar parte de un logro más.

FÁTIMA VERÓNICA LIMA REYES

AGRADECIMIENTOS

A Dios Todopoderoso por permitirme llegar a este día, por ser mi guía, mi luz y mi fuerza.

A mis padres y hermanos porque siempre han estado presentes con su valioso apoyo.

A Nehemías (Q.D.D.G.) por su apoyo incondicional siempre.

A mi esposa y mis hijos por comprenderme y apoyarme siempre.

A mis compañeros de tesis por su amistad, por su esfuerzo y su apoyo en este logro obtenido.

Finalmente a toda mi familia, mis amigos, docentes y todos aquellos que me apoyaron y creyeron en mí.

DAVID ALBERTO NUÑEZ HERNANDEZ

TABLA DE CONTENIDO

CONTENIDO	PAG.
INTRODUCCIÓN.....	í
CAPÍTULO I	
GENERALIDADES DEL BANCO DE LOS TRABAJADORES SALVADOREÑOS DEL DEPARTAMENTO DE SANTA ANA	
A. Antecedentes Históricos de la Banca.....	1
B. Antecedentes históricos de la Federación de Cajas de Crédito y Banco de los Trabajadores.....	2
C. Antecedentes históricos del Banco de Los Trabajadores Salvadoreños Sucursal Plaza Real del Departamento de Santa Ana.....	6
D. Marco Legal.....	7
1. Ley de intermediario Financieros no bancarios.....	7
E. Estructura organizacional del Banco de los Trabajadores Salvadoreños Sede Central.....	13
F. Estructura organizacional de las sucursales del Banco de los Trabajadores Salvadoreños.....	17
G. Aporte socio económico del Banco.....	19
H. Importancia de la empresa.....	19
I. Proceso de la comunicación empresarial.....	19
1. Comunicación interna en El Banco de Los Trabajadores Salvadoreños.....	20
2. Tipos de comunicación interna dentro del Banco de Los Trabajadores Salvadoreño.....	20
3. Medios de Comunicación utilizados en El Banco de Los Trabajadores Salvadoreños.....	21
3.1 Comunicación formal.....	21
3.2 Comunicación informal.....	23

4. Publicidad atípica a los empleados.....	23
5. Comunicación con clientes y proveedores.....	24
6. Asociaciones.....	24
7. Servicios que ofrece el Banco de Los Trabajadores Salvadoreños a sus usuarios y público en general.....	25
8. Sucursales.....	26

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO SOBRE RELACIONES PÚBLICAS, COMUNICACIÓN, COMUNICACIÓN EMPRESARIAL, MANUALES

A. MANUAL.....	28
1. Clasificación de los manuales.....	28
2. Hacia un Manual de Comunicación Interna.....	31
B. COMUNICACIÓN.....	32
1. Forma de comunicación.....	33
2. Comunicación Empresarial.....	33
3. Naturaleza e Importancia de la Comunicación Empresarial.....	35
4. Niveles de comunicación en las organizaciones.....	36
5. La Comunicación Empresarial eficiente.....	40
6. La Pirámide Comunicacional.....	41
7. Redes de la Comunicación.....	41
8. Elección del canal adecuado.....	42

9. Como beneficia la comunicación Empresarial a las organizaciones.....	43
10. Barreras Comunicacionales dentro de las organizaciones.....	45

C. RELACIONES PÚBLICAS.....48

1. Aplicación de las Relaciones Públicas.....	50
2. Relaciones Humanas y Relaciones Públicas.....	51
3. Relaciones Públicas y la Publicidad.....	51
4. Relaciones Públicas y las Empresas.....	52
5. Los Públicos internos como elemento importante de las Relaciones Públicas.....	53
6. Las Relaciones Públicas y su importancia en la imagen corporativa.....	54

CAPÍTULO III

INVESTIGACIÓN DE CAMPO SOBRE COMUNICACIÓN INTERNA, EN EL BANCO DE LOS TRABAJADORES SALVADOREÑOS DEL DEPARTAMENTO DE SANTA ANA

A. GENERALIDADES.....	57
B. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	58
C. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	59

D. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	59
1. Identificación de las fuentes de información.....	59
1.1 Fuentes Primarias.....	59
1.2 Fuentes Secundarias.....	60
2. Ámbito o alcance de la investigación.....	60
3. Determinación del universo.....	62
4. Diseño de herramientas de investigación.....	64
4.1 Cuestionario estructurado.....	64
4.2 Prueba piloto.....	65
E. ADMINISTRACIÓN DE LA ENCUESTA.....	65
1. Tabulación y análisis de los datos.....	66
F. CONCLUSIONES.....	107
G. RECOMENDACIONES.....	109

CAPÍTULO IV

PROPUESTA DE UN MANUAL DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL, PARA CONTRIBUIR A LA EFICIENCIA DE LAS RELACIONES CON EL PÚBLICO INTERNO DE EL BANCO DE LOS TRABAJADORES SALVADOREÑOS EN EL DEPARTAMENTO DE SANTA ANA

A. GENERALIDADES.....	112
B. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA.....	112

C. IMPORTANCIA DE LA PROPUESTA.....	113
D. INTRODUCCIÓN AL DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	115
E. ESQUEMA DEL DISEÑO DEL MANUAL DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN INTERNA DEL BANCO DE LOS TRABAJADORES ALVADOREÑOS SUCURSAL PLAZA REAL.....	109
ETAPA 1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL BANCO DE LOS TRABAJADORESSALVADOREÑOS.....	117
1. Recursos necesario (Humano, tecnológico y financiero).....	117
1.1 Medición de la percepción de comunicación interna actual.....	122
1.2 Entorno actual de la empresa.....	123
1.3. Análisis de las herramientas de comunicación utilizadas actualmente.....	126
ETAPA 2 PLANEACIÓN DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL.....	122
2.1 Fijación de los objetivos del manual de Comunicación Empresarial.....	128
2.2 Establecimiento de estrategias a utilizar.....	129
2.3 Definición de las políticas del manual de Comunicación Empresarial.....	137

ETAPA 3 ESTRUCTURA DEL MANUAL DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL.....137

3.1. Desarrollo de las líneas de comunicación.....138

3.2. Determinación de los formatos de comunicación a utilizar.....140

3.3. Medios Y Canales de comunicación a utilizar.....158

A.. Recursos a adquirir para la implementación.....159

ETAPA 4 IMPLEMENTACIÓN DEL MANUAL DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL.....166

4.1. Comunicación y estandarización del uso de medios y formatos de comunicación.....160

4.2. Oficializar los medios de comunicación.....175

ETAPA 5 EVALUACIÓN DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN.....176

5.1 Diagnostico de Comunicación Interna.....178

5.2. Medición de la implementación del Manual de Comunicación Empresarial (Herramientas de Evaluación).....178

5.3 Planes de Contingencia.....183

5.4. Recomendaciones.....183

5.5. Retroalimentación.....184

F. PRESUPUESTO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MANUAL DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL.....	186
G. CRONOGRAMA.....	187
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	188
GLOSARIO.....	192
ANEXOS	

RESUMEN

La comunicación interna dentro de las empresas es un factor muy importante para el desarrollo óptimo de las actividades dentro de las mismas.

Un manual de comunicación empresarial plantea las formas y procedimientos idóneos para lograr una mayor eficiencia en el trabajo a realizar.

Es necesario conocer hechos y detalles que marcan los acontecimientos actuales en el área de las comunicaciones, como a medida que transcurre el tiempo cobra más importancia el mantener una adecuada comunicación entre cada área de la empresa. Se debe de tener nociones básicas sobre el tema de estudio, contar con elementos que permita el entendimiento de la problemática, todo esto unido al análisis de los diagnósticos realizados previamente en los cuales se vislumbra los caminos a seguir y las decisiones que tomar.

Finalmente, la decisión de implementar un Manual de Comunicación Empresarial, pasa por el compromiso de mejora continua y dedicación al cumplimiento del mismo tomando en cuenta la importancia que cada etapa del manual sea desarrollado adecuadamente.

INTRODUCCIÓN

Debido a la importancia de los bancos dentro de una sociedad se da la necesidad de realizar una investigación que determine la forma de comunicación actual en la institución, tomando en cuenta que la comunicación interna de la empresa y que esta también se refleja a sus diversos públicos externos.

Uno de los principales motivos de la investigación es la problemática comunicacional interna que se mantienen en el Banco de los Trabajadores Salvadoreños.

En el Capítulo I se presenta la reseña histórica de la banca y la situación actual del sistema bancario.

En el Capítulo II se brindan los conceptos fundamentales de Relaciones Públicas y Comunicación Interna.

En el Capítulo III se muestra la investigación de campo realizada en el sector de interés, sus resultados y sus respectivos análisis.

Y en el Capítulo IV se presenta la propuesta del Manual de Comunicación Empresarial para contribuir a la eficiencia de las relaciones con el público interno de El Banco de Los Trabajadores Salvadoreños en el Departamento de Santa Ana.