

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

**COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN
SOCIAL DEL CONGRESO DE LA REPÚBLICA**

MIRIAM ROSEMARY RECINOS LÓPEZ

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, noviembre de 2014

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

Comunicación Interna para la Dirección de Comunicación Social del Congreso de
la República

Informe Final De Ejercicio Profesional Supervisado E.P.S.

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

MIRIAM ROSEMARY RECINOS LÓPEZ

Previo a optar el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesor:

M.A. Sergio Morataya

Guatemala, octubre 2014

Consejo Directivo

Director

Licenciado Julio Estuardo Sebastián Chilín

Secretaria

M.A. Claudia Molina

Representantes de docentes

M.A. Amanda Ballina Talento
Lic. Víctor Carillas Brán

Representante de los egresados

Lic. Michael González Batres

Representantes estudiantiles

Pub. Joseph Mena
Pub. Carlos León

Coordinador de EPS

M.A. Sergio Vinicio Morataya García

Supervisora de EPS

Licda. Floralba Pérez-Folgar



Dirección de Comunicación Social
Congreso de la República
Guatemala, C. A.

Guatemala 24 de octubre de 2014.

M.A. Sergio Morataya
Coordinador EPS Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Respetable M.A. Morataya:

Deseándole que todas sus labores se estén desarrollando con éxito me dirijo a usted.

Por este medio le informo que Miriam Rosemary Recinos López, con número de carné: 9315729, estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, finalizó el Ejercicio Profesional Supervisado en la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República, cumpliendo con las trescientas horas (300) de práctica a partir del 5 de mayo al 21 de julio 2014 Realizando el proyecto de comunicación "Comunicación Interna para la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República".

Sin otro particular me suscribo de usted.

Atentamente,

Fernando Bolaños
Director de Comunicación Social



DIRECCIÓN DE
COMUNICACIÓN SOCIAL
CONGRESO DE LA REPUBLICA
GUATEMALA, C. A.

Para efectos legales, únicamente el (la) autor (a)
es responsable del contenido de este trabajo.

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

A Dios, por brindarme siempre nuevas oportunidades y permitirme seguir adelante.

A mis padres, por el respaldo otorgado durante toda mi vida y porque sin su apoyo y consejos, no habría podido llegar hasta esta meta que concluyo.

A mi hermana ,cuñado y sobrinos, por todo el cariño y afecto recibido.

A mi Familia en general, con amor y admiración.

RESUMEN

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

“COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL CONGRESO DE LA REPÚBLICA”

Autor: Miriam Rosemary Recinos López

Problema investigado:

Deficiencias y debilidades en materia de comunicación.

Fases: Diagnóstico, Plan de Comunicación y Ejecución del Plan.

Instrumentos utilizados:

Observación directa, investigación documental, entrevistas y encuestas.

Conclusiones:

Hace falta fortalecer la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República tanto en equipo técnico como en capacitaciones constantes a su personal.

INDICE

Introducción

Capítulo 1: Diagnostico

| | |
|---|----|
| 1.1 Objetivos | 1 |
| 1.2 Objetivos específicos | 1 |
| 2. Justificación | 1 |
| 3. La institución | 2 |
| 3.1 Antecedentes | 2 |
| 3.2 Marco Filosófico | 6 |
| 3.3 Organigrama Dirección de Comunicación Social | 7 |
| 4.FODA del Organismo Legislativo | 8 |
| 5. Metodología | 10 |
| 5.2 Cronograma | 11 |
| 6. Recopilación de datos | 11 |
| 6.1 Fichas de entrevistas | 11 |
| 6.2 Resultados de entrevistas | 12 |
| 6.3 Ficha de la encuesta | 16 |
| 6.4 Resultado de las encuestas | 18 |
| 6.5 Gráficas e interpretación de las encuestas | 20 |
| 6.6 Punto de encuentros y disensos | 26 |
| 7. Estructura de Comunicación Social | 27 |
| 7.1 Radiografía de la Dirección de Comunicación Social | 27 |
| 7.1.1 Descripción de Comunicación interna | 28 |
| 7.1.2 Ubicación física | 28 |
| 7.1.3 Ámbito Técnico | 29 |
| 7.1.4 Unidad de Redacción y Fotografía | 29 |
| 7.1.5 Página web | 30 |
| 7.1.6 Unidad de televisión | 31 |
| 7.1.7 Unidad de monitoreo | 32 |
| 7.1.8 Unidad diseño gráfico | 32 |
| 7.1.9 Rumores | 33 |
| 7.1.10 Comunicación Externa | 33 |
| 7.1.11 El POA del año | 34 |
| 7.1.12 Campañas realizadas | 35 |
| 7.1.13 Plan estratégico por ejecutar | 35 |
| 7.1.14 Presupuesto de Comunicación para el presente año | 35 |
| 7.1.15 Gráfica del diagnóstico de la radiografía | 36 |
| 8. Conclusiones | 37 |
| 9. Recomendaciones | 37 |

Capítulo II: Plan de Comunicación

| | |
|--|----|
| 2.1 Antecedentes | 39 |
| 2.2 Radiografía de la Dirección de Comunicación Social | 40 |
| 2.2.1 Descripción de la comunicación interna | 41 |
| 2.2.2 Ubicación física | 41 |
| 2.2.3 Ámbito técnico | 41 |
| 2.2.4 Rumores | 42 |
| 2.2.5 Comunicación externa | 42 |
| 2.2.6 Campañas Realizadas | 43 |
| 2.2.7 Plan estratégico por ejecutar | 43 |
| 2.2.8 Presupuesto de comunicación para el presente año | 43 |
| 2.2.9 Gráfica del Diagnostico de la Radiografía | 44 |
| 2.3 Objetivo general | 45 |
| 2.3.1 Objetivos específicos | 45 |
| 2.3.2 Público objetivo | 45 |
| 2.3.3 Mensaje | 46 |
| 2.3.4 Estratégica | 46 |
| 2.4 Calendario | 58 |
| 2.5 Presupuesto | 60 |
| 2.6 Control y seguimiento | 61 |

Capítulo III: Ejecución del Plan de Comunicación

| | |
|---|----|
| 3.1 Estrategia | 65 |
| 3.2 Ejecución del Plan MAYO – JULIO 2014 | 66 |
| 3.2.1 Manual de Procedimiento Interno | 66 |
| 3.2.2 Taller de Comunicación Organizacional | 70 |
| 3.3.3 Gestión para implementar el uso de correo interno | 72 |
| 3.3.4 Boletín Electrónico | 72 |

Capítulo IV: Conclusiones y Recomendaciones

| | |
|---------------------------|----|
| 4. Evaluación del impacto | 74 |
| 5. Conclusiones | 75 |
| 6. Recomendaciones | 77 |
| 7. Bibliografía | 78 |
| 8. Anexos | 79 |

Capítulo I: Diagnóstico

Objetivos

Objetivos específicos

Justificación

La institución

Antecedentes

Marco Filosófico

Organigrama Dirección de Comunicación Social

FODA del Organismo Legislativo

Metodología

Cronograma

Recopilación de datos

Fichas de entrevistas

Resultados de entrevistas

Ficha de la encuesta

Resultado de las encuestas

Gráficas e interpretación de las encuestas

Punto de encuentros y disensos

Estructura de Comunicación Social

Radiografía de la Dirección de Comunicación Social

Descripción de Comunicación interna

Ubicación física

Ámbito Técnico

Unidad de Redacción y Fotografía

Página web

Unidad de televisión

Unidad de monitoreo

Unidad diseño gráfico

Rumores

Comunicación Externa

El POA del año

Campañas realizadas

Plan estratégico por ejecutar

Presupuesto de Comunicación para el presente año

Gráfica del diagnóstico de la radiografía

Introducción

El Congreso de la República, uno de los entes más importantes del país, cuenta con una Dirección de Comunicación Social, la cual se encarga de la divulgación y difusión de las actividades parlamentarias hacia los medios de comunicación, diputados y pueblo de Guatemala.

Esta Dirección es un enlace entre diputados, medios de comunicación entidades del Estado y organizaciones de la sociedad civil. Es por eso que surge la necesidad de evaluar la condición actual de dicha área y fortalecer la imagen institucional y así contribuir a la credibilidad de los parlamentarios de nuestro país

1. Objetivos

1.1 Objetivo General

Realizar un diagnóstico de la dirección de Comunicación Social del Congreso de la República de Guatemala, con el propósito de evidenciar debilidades y fortalezas, y posterior elaboración de un plan de comunicación social para fortalecer la imagen institucional.

1.2 Objetivos específicos

Conocer los antecedentes y situación actual de la Dirección de Comunicación social de este organismo estatal.

Analizar el manejo de la información que se genera en el seno del Congreso de la República, en los distintos medios de comunicación social.

Evidenciar debilidades y fortalezas de la Dirección de Comunicación Social, con relación a la creación de estrategias y procesos de Comunicación Institucional.

Conocer la opinión de los diputados del Congreso de la República, en torno al trabajo que realiza la dirección de Comunicación Social

2. Justificación

El Congreso de la República de Guatemala, es el organismo del Estado con mayor influencia política en los medios de comunicación, lo que le coloca en una posición vulnerable, bajo el escrutinio de todos los sectores, lo que en algunos casos genera desprestigio generalizado entre sus representantes.

Pese a ello, este organismo no cuenta con estudios de opinión pública ni con estrategias de comunicación que le permitan enfrentar con éxito las constantes y permanentes críticas informativas.

El presente diagnóstico se justifica en correspondencia a la necesidad de evaluar la situación de la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República para determinar sus necesidades y de esta forma, elaborar un proyecto para fortalecer la imagen institucional.

3. La Institución

La Constitución Política de la República de Guatemala, establece que el Congreso de la República de Guatemala, es uno de los tres poderes del Estado; siendo el máximo órgano de representación popular, integrado por diputados electos directamente, por el pueblo, en sufragio universal y secreto.

Lamentablemente, en la actualidad por infinidad de factores, es una de las instituciones más desprestigiadas, por lo que es objeto de severas críticas en torno a su quehacer cotidiano, funcionamiento, representatividad y eficiencia.

En este sentido, la Dirección de Comunicación Social encargada de la divulgación educativa e informativa del que hacer legislativo, tiene a su cargo la responsabilidad de ejercer un adecuado manejo de la imagen institucional.

Consecuentemente, se hace necesario reconocer y fortalecer las funciones de la Dirección de Comunicación Social. Además, promover una campaña educativa para concientizar a la población guatemalteca de la importancia de este organismo, lo que se traducirá en un cambio de imagen del Organismo Legislativo.

3.1 Antecedentes

Historia del Congreso de la República de Guatemala

El Congreso de la Republica de Guatemala, fue constituido e integrado el 24 de junio de 1823, como parte del proceso de independencia que vio la luz el 15 de septiembre de 1821. *“...se reunieron en el palacio de gobierno los representantes cuyos poderes estaban aprobados, la diputación provincial, la audiencia territorial, el ayuntamiento, claustro de doctores, consulado, colegio de abogados, jefes militares y de rentas, y empleados regulares y, presididos por el mismo jefe político, se dirigieron a implorar el auxilio divino a la iglesia catedral...”*,ⁱ para luego, los diputados electos, prestar juramento con su mano derecha en el libro de los evangelios.

Un mes después se integró la primera Asamblea Nacional Constituyente con el objetivo principal de decretar la independencia de las provincias de Centroamérica y abolir la esclavitud. Además, se dividió el gobierno federal en tres poderes: Ejecutivo –a cargo de un Presidente y un Vicepresidente-; Judicial –bajo el mando de una Corte Suprema de Justicia-; y el Legislativo

que funcionaria mediante un senado y un congreso; y se estableció la primera Constitución del Estado de Guatemala en octubre de 1825.

Desde entonces, surgieron distintos acontecimientos políticos que provocaron una serie de reformas constitucionales e integraciones del Congreso de la República, hasta llegar al Legislativo formado tras la revolución del 20 de octubre de 1944.

En esta época, se estableció un Congreso con diputados electos, según el principio de sufragio popular directo, luego surgen una serie de acontecimientos que desatan una contra revolución que lleva de nuevo a generar cambios importantes dentro del Congreso, incluyendo el retiro de su potestad legislativa exclusiva.

Finalmente en 1985, Guatemala experimenta la transición de la vida de gobiernos militares impuestos, hacia la elección de autoridades de forma democrática. Es para entonces que de nuevo queda establecida la potestad Legislativa en el Congreso de la República.

Desde entonces, si bien se han hecho algunos cambios a la Constitución Política de la República, el orden establecido ha permanecido y el Organismo Legislativo sigue funcionando hasta hoy, celebrando sus sesiones plenarias en el mismo recinto desde 1934, año en el que se inauguró su actual edificio.

Antecedentes históricos de la Dirección de Comunicación Social en el Congreso de la República

La Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República, surge como tal en la década de los 80. En aquella época, Guatemala surgía a la vida democrática tras sufrir la opresión de los regímenes militares. En 1986, Vinicio Cerezo Arévalo, es electo Presidente de Guatemala, y a partir de ese momento, se registran una serie de cambios en el ambiente político nacional, y el Congreso de la República no fue la excepción.

Olga Méndez, una de las trabajadoras más antiguas de laborar en el Congreso de la República y en la Dirección de Comunicación Social, recuerda que para esa época, fue nombrado como presidente del Legislativo, el diputado democristiano Alfonso Cabrera Hidalgo, quien planteó la necesidad de una política de puertas abiertas con los medios de comunicación, y entonces se contrató una persona para atender a los periodistas. “No era un profesional en comunicación, y tampoco había una oficina de prensa como en la actualidad”, recordó la entrevistada.

Posteriormente llegada a la presidencia del Congreso la también diputada democristiana Catalina Soberanis. Debido a su experiencia y relación con los periodistas, consideró la conveniencia de abrir una oficina con un periodista redactor y un fotógrafo para llevar un recuento de los hechos más destacados que se generaban en el palacio legislativo.

La periodista Emmy Aqueche, quien en aquella época laboraba para un noticiero televisivo comenta: “el trabajo era empírico y no se manejaba un concepto formal de relaciones públicas”.

Los mismos periodistas que cubrían la fuente, identificaron esa oficina como Relaciones Públicas del Congreso. Poco a poco fue creciendo, integrando a periodistas que anteriormente habían laborado en medios de comunicación social en el país, hasta convertirse en una parte importante del Legislativo.

Ya en el año 2008, cuando el diputado Arístides Crespo ocupa la presidencia de este organismo, decidió darle una ubicación específica y se reformó la Ley de Régimen Interior y se elevó a la categoría de Dirección esta oficina.

Por aquella época, fue el licenciado Edwin Ruíz, nombrado como el primer Director de la oficina. Recuerda que se visualizó una Dirección que promoviera una nueva cultura política de servicio, con herramientas tecnológicas necesarias para divulgar y difundir las actividades parlamentarias, con carácter eminentemente institucional.

“Visualizamos dar un servicio no solo a los periodistas sino también a la sociedad por lo que se implementó la página web que permite una participación de la ciudadanía y que sirve como enlace con otros medios, otras instituciones y otras organizaciones de la sociedad civil para fortalecer la imagen institucional y contribuir a la consolidación del sistema democrático parlamentario”, indicó.

La función principal de los Diputados es legislar, intermediar y fiscalizar a favor de los guatemaltecos.

Dentro de la estructura del Organismo Legislativo se encuentra diversas Direcciones. El Artículo 14 del Decreto 68-2008, establece que las autoridades del Congreso están obligadas a: *e) Velar por la eficiencia en la administración del Organismo Legislativo. Para el efecto deberá seleccionar, evaluar, nombrar y remover, conforme lo establece esta ley, a las personas que ocupen los siguientes cargos, que se considerarán cargos de confianza: entre éstas: Director Legislativo, Director Administrativo, Director Financiero, Director de Recursos Humanos, Director de Auditoría Interna, Director de Protocolo y Director de Comunicación Social.*

El congreso de la República de Guatemala, es el Organismo del Estado que de acuerdo al artículo 157 de la Constitución Política de la República de Guatemala, tiene la potestad legislativa, además de ser quien representa el pueblo; está integrado por 158 diputados elegidos por un sufragio universal y secreto, directamente por el pueblo.

De acuerdo al capítulo I de su Ley Orgánica, el Congreso se organiza de la siguiente manera:

Artículo 6.- Órganos. Son órganos del Congreso de la República, mediante los cuales se ejerce la función legislativa:

- a) El Pleno
- b) La Junta Directiva
- c) La Presidencia
- d) La Comisión Permanente
- e) La Comisión de Derechos Humanos
- f) La Comisión de Trabajo
- g) Las Comisiones Extraordinarias y las Específicas
- h) La Junta de Jefes de Bloque.

Según el artículo 153. Normas para la presentación y contratación de servicios El Congreso de la República elaborará las normas para la clasificación de los cargos y categorías dentro del personal permanente en el renglón 011 (presupuestado), tomando en cuenta su especialización, la necesidad de los servicios y la disponibilidad del propio organismo. Los servicios se clasifican en por posición y sin oposición.

Las relaciones del organismo Legislativo con su personal administrativo, técnico y de servicios, serán reguladas por la ley específica, conforme lo establece el artículo 170 de la Constitución Política de la República.

Los servicios por oposición comprenden los cargos administrativos y técnicos del Congreso de la República. Los cargos por oposición abarcan los puestos siguientes:

- a) Director General
- b) Director Legislativo
- c) Director Financiero
- d) Director Administrativo
- e) Director de Recursos Humanos
- f) Director de Auditoría Interna
- g) Director de Protocolo
- h) Director de Comunicación Social

La estructura organizacional actual establece la existencia de ocho Direcciones para su funcionamiento. Cada una de éstas, a excepción de las Direcciones Legislativa y Auditoría, está bajo la autoridad de la Dirección General que fue creada durante la legislatura del 2006 a fin de organizar de mejor manera las actividades administrativas y técnicas del Congreso de la República a fin de organizar de mejor manera las actividades administrativas y técnicas del Organismo Legislativo.

La Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República fue fundada en el año 2006, anteriormente se le conocía como Departamento de Relaciones Públicas y con la iniciativa de crear una oficina de Comunicación Social se buscó institucionalizarla, darle el espacio y crear las herramientas metodológicas indispensables para que el Congreso de la República realizara una acción que trascendiera al trabajo diario.

Establecer una Dirección de comunicación Social significó un adelanto en el tratamiento de la comunicación en la Institución. Sin embargo, a través de los avances en ella han ido despacio debido a diferentes factores como el cambio de funcionarios y la falta de planificación de las comunicaciones, así como también la distribución de su presupuesto.

3.2 Marco Filosófico

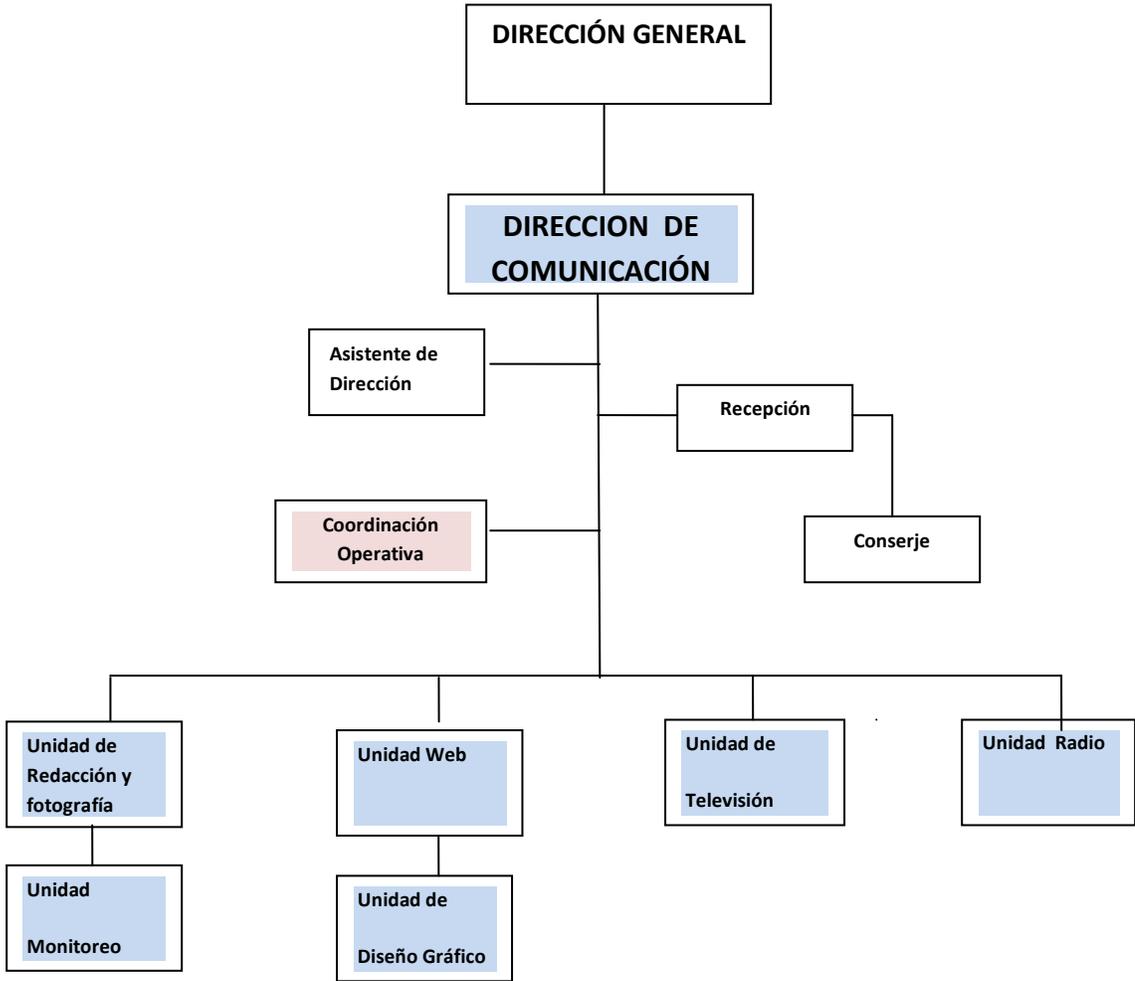
Visión:

Ser la dirección de comunicación social que promueva una nueva cultura política y de servicio, con las herramientas tecnológicas necesarias para la divulgación y difusión de las actividades parlamentarias de carácter eminentemente institucional, sirviendo eficientemente, a la sociedad guatemalteca, fomentando con ello la participación ciudadana.

Misión:

Somos la dirección que presta sus servicios tanto a diputados como a otras dependencias de este Organismo como enlace entre los medios de comunicación y otras entidades del Estado, organizaciones de la sociedad civil, para la divulgación de las actividades parlamentarias, fortaleciendo imagen institucional y de esta forma, contribuir a la consolidación del sistema democrático.

3.3 Organigrama Dirección de Comunicación Social



*Manual de organización 2013, página web Congreso de la República de Guatemala.

4. FODA del Organismo Legislativo

| FORTALEZAS | MEJORABLE SI/NO | FACTOR CLAVE | ACCIONES A DESARROLLAR | RESPONSABLE | TIEMPO | RECURSOS |
|---|------------------------|---|---|---|-------------------|-----------------------------------|
| Contar con la figura de un Director General, quien puede proponer reformas administrativas | Si | Apoyo de la autoridad superior | Planifica, organiza, coordina, supervisa y controla actividades administrativas | Director General | Indefinido | Humanos Físicos Financieros |
| Facultad de formular su propio presupuesto | Si | Apoyo de la autoridad superior | Planificación, programación de actividades anuales, a través de la elaboración de POA | Directores | Segundo Trimestre | Humano Físico |
| Contar con el recurso humano calificado para desarrollar tareas asignadas a cada puesto Estabilidad laboral juntamente con los derechos adquiridos La capacidad es un buen motivador para un buen desempeño | Si | Aplicación manual de puestos y descripción de Funciones Generales | Ubicación del personal según capacidad y experiencia | Director de Recursos Humanos | Indefinido | Humano Físico |
| Cuenta con fuentes primarias de información legislativa, tales como: Iniciativas, dictámenes, decretos, resoluciones, acuerdos, puntos resolutiveos etc. Para atender necesidades internas y externas, así como actividades oficiales, protocolarias y administrativas | Si | Archivo de información legislativa administrativo actualizado | Estrategia de comunicación y Divulgación | Director legislativo, Director General, Coordinador de Acceso a la Información, Director de Protocolo y Director de Comunicación Social | Indefinido | Humano Físicos Financiero |
| OPORTUNIDADES | MEJORABLE SI/NO | FACTOR CLAVE | ACCIONES A DESARROLLAR | RESPONSABLE | TIEMPO | RECURSOS |
| Adoptar modelos de técnicas administrativas, utilizadas exitosamente por diversas instituciones del Estado y aplicarlas al Organismo Legislativo, para apoyar la eficiencia administrativa | Si | Unidad específica encargada | Tener comunicación con todas las áreas administrativas, para conocer sobre sus necesidades de implementación de técnicas administrativas | Directores | Indefinido | Humanos Físicos |
| Beneficiar al recurso humano del Organismo Legislativo, con capacitaciones que brindan instituciones al sector público, aprovechar ayuda técnica financiera de las entidades privadas a nivel nacional e internacional. Así también de los recursos técnicos para implementar un plan de emergencias | Si | Planificación de las unidades a cargo de apoyo de las autoridades superiores. | Coordinar con las diferentes Direcciones las necesidades específicas de capacitación para programarlas anualmente | Dirigir todas las áreas juntamente con Director de Recursos Humanos y encargado de capacitación | Indefinido | Humanos Físico Financiero |
| Aprovechar apoyo financiero por medio de donaciones para reemplazar y modernizar equipo técnico, así como la adopción e implementación de sistemas tecnológicos externos para estar en coordinación con el avance informático que evite a este Organismo, realizar desgastes innecesarios en sus recursos | Si | Personal con capacidad para realizar las actividades concernientes y con el apoyo de las autoridades superiores | Desarrollar un diagnóstico de necesidades de actualización de equipos de computación e implementar nuevas plataformas, para apoyar la eficiencia administrativa | Directores y encargado del Departamento de Informática | Indefinido | Humanos Físicos Financieros |

| AMENAZAS | MEJORABLE SI/NO | FACTOR CLAVE | ACCIONES A DESARROLLAR | RESPONSABLE | TIEMPO | RECURSOS |
|--|-----------------|---|--|---|------------------------------|-----------------------------------|
| Falta de compromiso en la planificación sobre la estructuración del sistema administrativo | Si | Planificación estratégica | Establecer la ejecución de POA 2011, además de una planificación a mediano y largo plazo | Directores en coordinación con unidad responsable | Indefinido | Humanos Físicos Financieros |
| No contar con un departamento de Selección y Reclutamiento | Si | Establecer perfil de puestos | Crear y fomentar procesos de selección y contratación de recurso humano | Director de Recursos Humanos | Indefinido | Humanos Físicos |
| Fenómenos de carácter natural o sociopolítico, que provoca ausencia temporal o causal del recurso humano a sus labores cotidianas y capacitaciones | Si | Respeto a normas laborales y disciplinarias | Crear y fomentar la aplicación legal, laboral para disminuir ausencias labores sin distingo alguno | Director de Recursos Humanos | Director de Recursos Humanos | Humanos Físicos Financieros |

5. Metodología

Metodología: conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica o en una exposición doctrinal.¹ Para la realización del presente diagnóstico se utilizó el Método Descriptivo con enfoque Cualitativo.

La metodología que se utilizó fue descriptiva, a través de la observación, toma de datos, entrevistas y la aplicación de cuestionarios, dirigidos a una muestra representativa del total de diputados que integran el Congreso de la República y personal administrativo.

Una vez recopilada y analizada la información, se realizó el informe de diagnóstico Externo de la Dirección de Comunicación Social.

Técnica: Para este estudio se aplicaron las siguientes técnicas metodológicas:

Observación Directa. Se observaron los mecanismos de comunicación interna y externa entre el personal administrativo, diputados y prensa externa. Se analizó la forma en la que se generan las noticias que luego son difundidas en los distintos medios de comunicación con que cuenta el Congreso, canal de tv, página web y redes sociales.

Además, se asistió a varias sesiones plenarias para observar la transmisión en vivo, a través del canal 57 de claro tv avanzando y del portal oficial, www.congreso.gob.gt, así como el manejo de información por medio de las redes sociales, facebook y twitter.

Documentación Bibliográfica. Se consultaron distintas bibliografías, iniciando por los documentos compartidos por el Ma.

Entrevista Directa. Se entrevistó a diputados, personal administrativo y técnico del área de Comunicación Social.

Encuesta. Se aplicó una encuesta a diputados de distintos bloques legislativos para conocer su opinión sobre el trabajo de la dirección de Comunicación Social.

Instrumentos. Para la presente investigación se utilizó un cuestionario básico para las entrevistas directas que se hicieron a Diputados, personal administrativo y técnico.

¹ Diccionario de la Real Academia Española . www.rae.es

5.2 Cronograma

Febrero 2014

| Febrero | lunes | martes | Miércoles | jueves | viernes | sábado | domingo |
|----------|------------------------------|--------|-----------|--------|---------|---------------------|---------------------|
| 03 al 09 | Recopilación de Información | x | X | x | x | x | x |
| 10 al 14 | Análisis y Redacción | x | X | x | x | x | X |
| 17 al 21 | Encuestas y Entrevistas | x | X | x | x | Tabulación de Datos | Tabulación de Datos |
| 24 al 28 | Corrección y Redacción Final | x | X | x | | | |

6. Recopilación de Datos

6.1 Ficha de entrevistas

Entrevistada: Olga Méndez,
Cargo: Encargada de la Dirección de Comunicación Social
Fecha de entrevista: lunes 17 de febrero de 2014
Hora de entrevista: 10:00 a.m.
Duración de la entrevista: 1 hora
Objetivo de la Entrevista: Conocer la estructura y funcionamiento de la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República para identificar debilidades y fortalezas de la Institución.

Entrevistada: Saida Galicia
Cargo: Encargada de Boletines Pagina web Congreso de la República
Fecha de la entrevista: martes 18 de febrero de 2014
Hora de entrevista: 10:00 horas
Duración de la entrevista: 35 minutos

Objetivo de la Entrevista Conocer el funcionamiento de la página web, así como sus antecedentes y forma en que se elabora la redacción de sus contenidos.

Entrevistada Emy Aqueche
Cargo Coordinadora de información Canal Congreso
Fecha de entrevista miércoles 19 de febrero de 2014
Hora de entrevista 10:00 horas
Duración de la entrevista 45 minutos
Objetivo de la Entrevista Conocer el funcionamiento de Canal 9 del Congreso de la República, así como la programación, producción, y equipo técnico que se maneja.

Entrevistada Karen Mendoza
Cargo Encargada de monitoreo de redes sociales
Fecha de entrevista miércoles 19 de febrero del 2014
Hora de entrevista 15:00 horas
Duración de la entrevista 45 minutos
Objetivo de la Entrevista Recopilar información del sistema que utiliza el Congreso de la República, para monitorear redes sociales y del manejo de los informes que se llevan a cabo en la Dirección de Comunicación Social.

6.2 Resultado de las Entrevistas

SAIDA GARCIA
ENCARGADA DE BOLETINES
DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CONGRESO DE LA REPUBLICA DE GUATEMALA

1. **¿En qué año surgió la página web del Congreso de la República?**
En el año 2005, en la legislatura de Jorge Méndez Herbruger
2. **¿Cuándo se comenzó la elaboración de boletines?**
No se tiene fecha específica pero se redactaban en máquinas de escribir
3. **¿Existe un manual de procedimiento o redacción para la elaboración de boletines institucionales?**

No existe ningún manual este se hace de acuerdo a cada persona del área

4. **¿Cuáles son los criterios que se toman en cuenta para la información contenida en el boletín?**
No existe ningún manual, ellos informan, divulgan lo que los diputados están trabajando
5. **¿Cuál es el proceso que se sigue para la elaboración y publicación de un boletín?**
No existe ningún proceso específico, debido a que la persona que lleva a cabo el reportaje se encarga de redactarlo de la propia nota que obtiene, luego de haberlo redactado me lo dan y yo me encargo de publicarlo en la página web del Congreso de la República.
6. **¿Cuáles considera que son las debilidades que existen en cuanto a la redacción de boletines**
Que las personas que los hacen no son directamente reporteros, sino personas que han aprendido a hacer su trabajo en la calle
7. **¿Cuentan con capacitación constante para los reporteros en el tema de redacción institucional?**
No, y eso sería de suma importancia para las personas que efectúan el trabajo
8. **¿Qué considera que se podría mejorar en cuanto a la redacción de los boletines de la página web?**
Se podría mejorar el recurso Humano.

OLGA MENDEZ
ENCARGADA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CONGRESO DE LA REPUBLICA

1. **¿Cuáles son las funciones principales que realiza la Dirección de Comunicación Social?**
*Cobertura informativa del trabajo legislativo
Entrevistas de diputados en Comisiones de trabajo
Seguimiento al trabajo que se realiza en las Comisiones*
2. **¿Cuales considera que son las debilidades de esta Dirección?**
*Falta de Equipo
Coordinación*
3. **¿Qué se podría hacer mejor el funcionamiento de la Dirección?**
*Contar con el equipo adecuado
Preparar a la gente con tecnología
Contratar personal capacitado*

4. **¿Cuánto personal tiene a su cargo?**
28 personas
5. **¿Se realizan capacitaciones constantes para el personal?**
Nunca, y sería bueno que se llevaran a cabo
6. **¿En qué consiste la cobertura que Comunicación Social brinda a los Diputados?**
Darle cobertura a las actividades que llevan a cabo los Diputados, haciendo el trabajo de grabación, entrevistas, fotografía para luego publicarlo en la web.
7. **¿Cuál es el procedimiento para solicitar una cobertura de prensa y de Comunicación Social?**
Dirigiendo una nota al encargado con 24 horas de anticipación y si es en el interior de la república con 3 días de anticipación.
8. **¿Existe apoyo en cuanto a transporte, viáticos y horas extras para el personal en coberturas fuera del horario establecido?**
Si existe por parte de la Dirección General, quien es la encargada de cubrir dichos gastos y se les pagan 2 horas extras si esto lo mereciera.
9. **¿Como es la relación de los Diputados del Congreso con la Dirección a su cargo?**
No muy buena como antes, ya que creo que por falta de conocimiento del trabajo que en esta Dirección se lleva a cabo. Además existen bancadas como UNE, GANA, TODOS Y PATRIOTA, quienes cuentan con su propio comunicador social dentro de la Bancada.

ENTREVISTA

Karen Mendoza

Encargada de monitoreo de redes sociales

1. **¿En qué consiste el monitoreo de redes sociales?**
En la recopilación de todas noticias, de las cuales hablan los medios acerca del congreso o de temas que repercuten en el mismo
2. **¿Cómo se realiza el monitoreo?**
Se recopila la información tanto de facebook como de twitter de los principales medios que cubren el congreso alrededor de 10 a 15.
Se jalan los enlaces, las fotografías, para ampliar las notas.
El primer monitoreo se manda 11;15
Y contiene la información diez horas para atrás.
El segundo a las 3:15 y contiene la información de cuatro horas para atrás

Los fines de semana no hay monitoreo
el lunes se busca un poco de la información del fin de semana.

3. **¿Hace cuanto tiempo se realiza?**
R: Se inicio en el mes de mayo del año pasado.
Cuantos monitoreos se realizan?
Uno a las 11:15 am y el otro a las 3:15pm
4. **¿A quienes se envía?**
Se envía a todos los diputados, directores y asistentes a través de su correo electrónico
5. **¿Se analiza la información obtenida?**
Se realiza un reporte cuantitativo, no analítico. No, solo se cuantifica la información.
6. **¿Porqué no se analiza los datos obtenidos del monitoreo de redes sociales?**
Porque no hay personal establecido para hacerlo.
7. **¿Cuáles son las deficiencias en el área de monitoreo?**
La señal del internet y de luz eléctrica es deficiente
8. **¿Cuáles son las fortalezas de esta área?**
Es una fuente bastante rica en información para diputados debido a que se revelan noticias y datos de su interés.
9. **¿Ha recibido alguna capacitación para realizar sus funciones?**
No, hasta el momento.
10. **¿Se capacita usted por sus propios medios?**
Si, trato de actualizarme.

6. ¿Conoce los programas que se transmiten a través del canal 9 del Congreso de la República? _____
7. ¿Recibe periódicamente el monitoreo de Redes Sociales en su correo electrónico? _____
8. ¿Qué porcentaje de cobertura le ha brindado la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República, cuando lo solicita?
25%____ 50%____ 75%____ 100%____
9. ¿Qué porcentaje de cobertura le ha brindado fuera del Congreso la Dirección de Comunicación Social, cuando lo solicita?
25%____ 50%____ 75%____ 100%____
10. ¿Cuenta su bancada con unidad de Comunicación Social?

11. ¿Considera necesario fortalecer más equipo tecnológico y recurso humano la Dirección de Comunicación Social, para mejorar el desempeño de sus funciones? _____

6.4 Resultados de Encuestas.

Se efectuaron 15 encuestas a diputados, hombres y mujeres, de distintos bloques políticos. Se les presentó un cuestionario de 10 preguntas cerradas y una pregunta abierta para conocer sus percepciones respecto al trabajo y los servicios que presta la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República.

1. ¿Conoce la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República?

| | |
|----|----|
| Sí | 14 |
| No | 1 |

2. A la pregunta: ¿Cuál de estos servicios que presta la Dirección de Comunicación Social utiliza?

| | |
|-----------------------|---|
| Fotografía | 8 |
| Video | 9 |
| Videoteca | 0 |
| Convocatoria a Prensa | 6 |
| Reportero | 4 |
| Fototeca | 0 |

3. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que prestara el área de Comunicación Social?

| |
|---|
| Apoyo a las oficinas de comunicación de las bancadas |
| Redes sociales |
| Material para visitantes |
| Atención a necesidades de las bancadas |
| Una política permanente de información de cada uno de los 158 diputados |
| Asistencia personalizada a diputados |
| Relaciones públicas |
| Mayor cobertura a actividades de diputados incluyendo los de oposición |
| Que se difunda más las actividades del Congreso. |

4. ¿Conoce los medios de comunicación que ofrece el Dirección de Comunicación Social?

| | | |
|----------------|----|---|
| TV Congreso | 9 | 2 Diputados indicaron que no conocen ninguno. |
| Página Web | 10 | |
| Redes Sociales | 3 | |

5. ¿Conoce los boletines informativos que se emiten a través la página web?

| | |
|----|----|
| Sí | 4 |
| No | 11 |

6. ¿Conoce los programas que se transmiten a través del canal 9 del Congreso de la República?

| | |
|----|----|
| Sí | 3 |
| No | 12 |

7. ¿Recibe periódicamente el monitoreo de Redes Sociales en su correo electrónico?

| | |
|----|----|
| Sí | 5 |
| No | 10 |

8. ¿Qué porcentaje de cobertura le ha brindado la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República, cuando lo solicita?

| | | |
|-------|---|--------------------------------|
| 25 % | 5 | Un diputado indicó que ninguno |
| 50 % | 3 | |
| 75 % | 3 | |
| 100 % | 3 | |

9. ¿Qué porcentaje de cobertura le ha brindado fuera del Congreso la Dirección de Comunicación Social, cuando lo solicita?

| | | |
|------|---|--------------------|
| 25 % | 7 | Un diputado indico |
|------|---|--------------------|

| | | |
|-------|---|-------------|
| 50 % | 3 | que ninguno |
| 75 % | 2 | |
| 100 % | 2 | |

10. ¿Cuenta su bancada con unidad de Comunicación Social?

| | |
|----|----|
| Sí | 15 |
| NO | 0 |

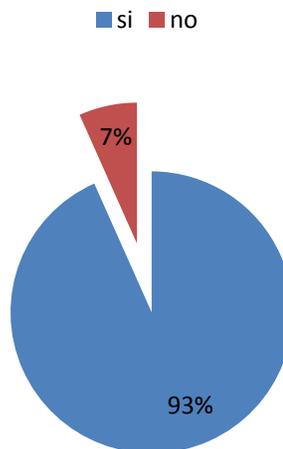
11. ¿Considera necesario fortalecer con más equipo tecnológico y recurso humano la Dirección de Comunicación Social?

| | | |
|----|----|--------------------------------------|
| Sí | 13 | 2 diputados indicaron que no sabían. |
| No | 0 | |

6.5 Gráficas e interpretación de las encuestas

¿Conoce la Dirección de Comunicación Social del Congreso del República?, la mayoría de entrevistas contesto afirmativamente; no obstante, un 7 por ciento dijo desconocer su funcionamiento.

Conocimiento de la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República



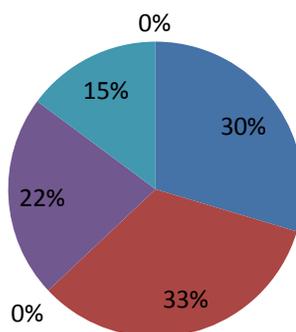
Fuente: Rosemary Recinos

Febrero 2014

Se pregunto ¿Cuál de los servicios que presta la Dirección de Comunicación Social utiliza?, y las respuestas señalaron al video y la fotografía como los productos más requeridos. Mientras tanto, solo un 15 por ciento dijo que utiliza reporteros de Comunicación Social para cubrir actividades propias.

Servicios de la Dirección de Comunicación Social que utilizan los diputados

■ fotografia ■ video ■ videoteca
■ comunicados prensa ■ reportero ■ fototeca

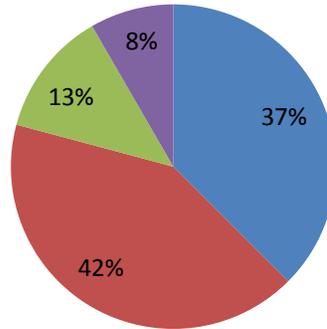


Fuente: Rosemary Recinos
Febrero 2014

A la pregunta ¿Conoce los medios de comunicación que ofrece la Dirección de Comunicación Social?, la mayoría indico conocer la pagina web del Congreso y TV Congreso. Las redes sociales de la institución son menos identificadas por los diputados y resalta un porcentaje, aunque menor, de congresistas que aseguran no conocer ninguno de los medios utilizados por Comunicación Social.

Conocimiento de los medios que utiliza Comunicación Social

■ tv Congreso ■ pagina web ■ redes sociales ■ ninguno

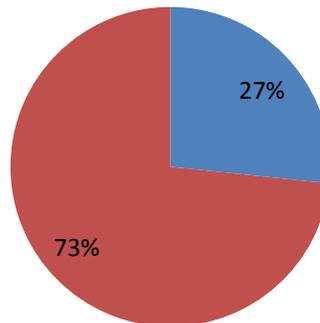


Fuente: Rosemary Recinos
Febrero 2014

De los resultados de la encuesta, llama la atención que la mayoría de los legisladores, un 73 por ciento, aseguro que no conoce los boletines informativos que se emiten a través de la página web del Congreso, pese a que estos son los que trasladan la información de sus actividades.

¿Conoce los boletines informativos que se emiten a través de la página web?

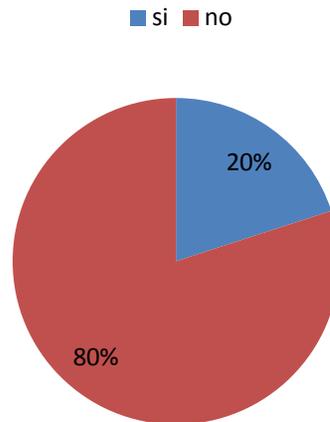
■ si ■ no



Fuente: Rosemary Recinos
Febrero 2014

Los programas transmitidos por Canal 9 del Congreso, son desconocidos para la mayoría de diputados. Algunos de los encuestados indicaron que si bien, han sido llevados al foro de entrevistas, nunca han visto la programación.

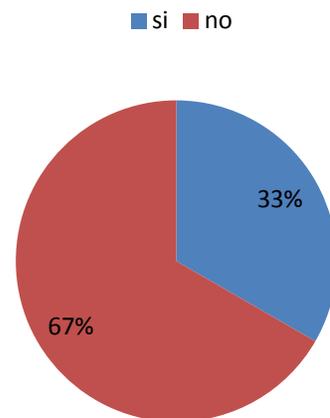
Conoce los Programas que se transmiten en TV Congreso



Fuente: Rosemary Recinos
Febrero 2014

La Dirección de Comunicación Social del Congreso emite diariamente un monitoreo de redes sociales que se hace llegar a los correos electrónicos de los diputados; sin embargo, la mayoría asegura que no los recibe.

¿Recibe periódicamente el monitoreo de redes sociales en su correo electrónico?

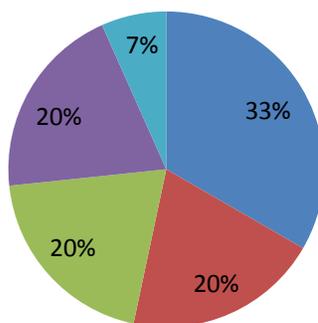


Fuente: Rosemary Recinos
Febrero 2014

A la pregunta ¿Qué porcentaje de cobertura le ha brindado la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República, cuando lo solicita?, solo un 20 por ciento de los diputados situó en la nota máxima el porcentaje. La mayoría señaló que sus solicitudes solo han sido atendidas un 25 por ciento.

Cobertura de Comunicación Social dentro del Congreso

■ 25% ■ 50% ■ 75% ■ 100% ■ ninguno

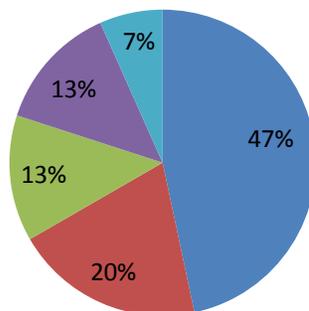


Fuente: Rosemary Recinos
Febrero 2014

Respecto a la cobertura que da Comunicación Social a sus actividades fuera del Congreso, la mayoría dio la calificación más baja -25 por ciento-, y solo un 13 por ciento dijo ser atendido 100 por ciento.

Cobertura de Comunicación social fuera del Congreso

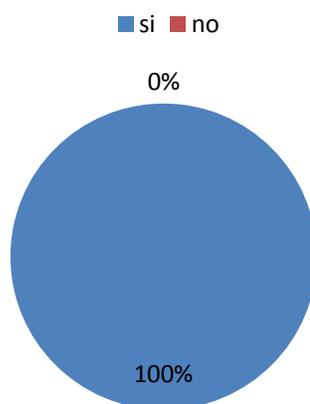
■ 25% ■ 50% ■ 75% ■ 100% ■ ninguno



Fuente: Rosemary Recinos
Febrero 2014

Se estableció con la encuesta realizada que todas las bancadas del Congreso, cuentan con una unidad o con alguna persona que se encarga de manejar su comunicación social. Esto significa que la comunicación social del Congreso en general, es dispersa y no sigue una línea específica, ya que si bien los diputados utilizan algunos de los servicios de la Dirección de Comunicación Social, cada bancada sigue sus propios lineamientos.

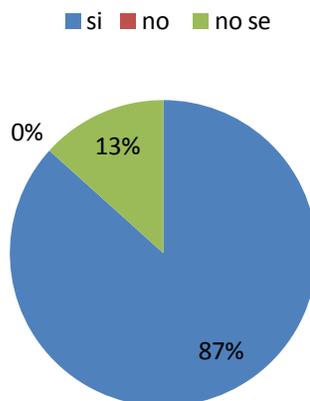
¿Cuenta su bancada con unidad de Comunicación Social?



Fuente: Rosemary Recinos
Febrero 2014

A la pregunta ¿Considera necesario fortalecer con más equipo tecnológico y recurso humano la Dirección de Comunicación social, para mejorar el desempeño de sus funciones?, la mayoría de congresistas respondió afirmativamente. Sin embargo, un 13 por ciento indicó no saber si era necesario, especialmente por la inestabilidad que experimenta esta Dirección por sus constantes cambios de autoridades.

Necesidad de fortalecimiento de equipo y recursos humano en Comunicación Social



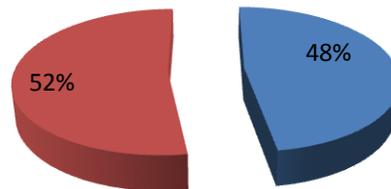
Fuente: Rosemary Recinos
Febrero 2014

6.6 Puntos de encuentro y disensos

- Las mujeres encuestadas fueron variables en su respuesta a la pregunta ¿Qué servicios adicionales le gustaría que prestara el área de Comunicación Social?. Ellas centraron sus respuestas en la necesidad de Relaciones Públicas para los diputados y redes sociales.
- Mientras, los hombres, a la misma pregunta, dieron respuestas más unificadas, indicando la mayoría que requerían de Comunicación Social una atención personalizada para las bancadas y el apoyo a sus encargados de comunicación.
- De los resultados de la encuesta, se estableció que los diputados oficialistas perciben una mejor cobertura de sus actividades de la Dirección de Comunicación Social en contraposición con la oposición que considera menos atenciones.
- Fue notorio, en los resultados de la encuesta que si bien 48 por ciento de los entrevistados dijo que conoce la página web del Congreso de la República, 52 por ciento indico que no conoce el boletín informativo que se emiten en esta web.

Conocimiento de página web contra Desconocimiento de boletín

■ Conocen pagina web ■ No conocen boletines de pág. Web



Fuente: Rosemary Recinos
Febrero 2014

7. Estructura de Comunicación Social

7.1 Radiografía de la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República

Actualmente, la comunicación es considerada un factor diferencial que repercute en la imagen de las instituciones, por ello se establecen oficinas especializadas en este campo y su importancia organizacional está en primera línea, llegándose a ubicar en la parte medular de las organizaciones.

La comunicación social es un proceso interactivo y circular, en el que tanto el emisor como el receptor intercambian constantemente sus roles exigiéndose en el proceso la comprensión entre quienes intervienen en él. De esa cuenta la información es solamente una parte del proceso de comunicación. Es el contenido de lo que se comunica y, por sí mismo, no produce comunicación. Asimismo, hay que tener muy en cuenta que la información como elemento esencial de la comunicación debe ser expresada de forma clara para que pueda ser comprendida.²

²Puyal, E. (2001): "La comunicación interna y externa en la empresa", (en línea) 5Campus.com, Sociología <http://www.5campus.com/lección/comui>. Consultado en febrero 2014

La comunicación social en el Congreso de la República, se desarrolla en un ámbito que requiere de diferentes acciones que le acerquen a los medios de comunicación como principales entes de intermediación entre el Congreso de la República y la Sociedad.

Esta intermediación está sujeta a diferentes factores internos y externos que modifican el carácter de lo que la institución muchas veces quiere comunicar, la forma en la que se manda el mensaje, los actores que intervienen en el proceso de comunicación, la disposición de los medios de comunicación en el tratamiento de las informaciones y sus repercusiones en la opinión pública.

7.1.1 Descripción de la Comunicación Interna

La comunicación interna en el Congreso de la República se realiza principalmente a través de reuniones con superiores (comunicación ascendente).

El Congreso, cuenta con el servicio de intranet. Sin embargo, se utiliza principalmente en proveeduría, para solicitar pedidos de compra de suministros de oficina. En cuanto al correo interno, llega principalmente a diputados, directores, y algunos asesores, desaprovechándose el potencial del servicio.

El personal administrativo, en general, no cuenta con el servicio de correo, entre otros aspectos por políticas de espacio en el servidor, actualmente se otorga únicamente 100 megas por usuario.

En el área de comunicación social son pocos los empleados que utilizan este correo interno, por lo general utilizan su correo personal para enviar y recibir información de trabajo.

Las herramientas internas, más utilizadas en el área de Comunicación Social son los memorándum, circulares, convocatorias, cartas. También se aprovechan las reuniones con el personal, pero no hay una persona encargada de mejorar la comunicación interna y promover la integración de su personal.

7.1.2 Ubicación Física

La Dirección de Comunicación Social se encuentra ubicada en la 8ª. Avenida 9-67 de la zona 1, en el Edificio Fernández. Este edificio fue remodelado en el año 2013 para brindar un mejor lugar de trabajo para sus empleados.; el lugar no posee acceso a la luz solar ni ventilación natural, por lo que es necesario el uso de lámparas y aire

acondicionado. Debido a la antigüedad de la construcción se tiene problemas con la señal telefónica.

Debido a que no cuenta con un área específica para conferencias, tanto el presidente del Congreso como los Diputados que integran este Alto Organismo, utilizan un podio situado en el Salón de los Pasos Perdidos ubicado en la entrada al Hemiciclo Parlamentario.

Una de las desventajas de la Dirección de Comunicación Social, es que se encuentra apartada de las Oficinas centrales (Junta Directiva), así como del Hemiciclo Parlamentario.

7.1.3 Ámbito Técnico

La Dirección de Comunicación Social, depende directamente de la Dirección General del Congreso y se encuentra dividida en seis unidades: redacción y fotografía, unidad web, unidad de televisión, unidad de radio, unidad de monitoreo y unidad de diseño gráfico.

La Dirección de Comunicación Social se integra por 28 personas, dentro del Personal se encuentran profesionales con estudios de Comunicación Social, Comunicación Política, Periodismo, Publicidad y Computación. Respecto a los Fotógrafos no poseen estudios profesionales, sin embargo, los años de experiencia les permiten realizar sus funciones.

Debido a que el personal de la Dirección de Comunicación Social, cuenta con estabilidad laboral, sería conveniente invertir en su capacitación con miras al fortalecimiento institucional.

Coordinador de Comunicación del Presidente del Congreso de la República

Es un puesto que depende directamente del Presidente del Congreso, la razón por la que existe este cargo es porque la Dirección de Comunicación Social es un ente Institucional y el objetivo es evitar cualquier señalamiento sobre el uso de los recursos del Congreso.

7.1.4 Unidad de Redacción y Fotografía:

Esta unidad cuenta con cuatro reporteros, quienes llevan a cabo las coberturas noticiosas de los 158 diputados y de las actividades del recopilan la información y seguidamente redactan sus boletines y los envían a la encargada de la página web que se encarga de publicarlos

Cuenta con cuatro fotógrafos, quienes retratan las actividades y envían su material a la encargada de web para ser publicada; sin embargo, no existe un manual de redacción que unifique el estilo y el contenido de la información que se publica, por lo que queda a criterio de la persona que revisa dichos boletines.

7.1.5 Página Web

La página web del Congreso de la República, Se creó en el año de 1997, durante la presidencia de la ex diputada Arabella Castro, luego de que se implementará el servicio de internet en el Congreso, desde entonces ha sufrido modificaciones en cuanto a diseño, estructura y funciones. En el año 2007 se rediseñó la página llevándose a cabo una campaña de comunicación para dar a conocer este servicio a la población.

El congreso de la república tiene a su disposición para informar a la población del que hacer legislativo una página web www.congreso.gob.gt, un canal de televisión que actualmente se transmite por cable, y las redes sociales: facebook, twitter, flicker y youtube.

La página web está estructurada en 5 secciones principales

A. Congreso:

En este espacio se informar acerca de la junta directiva, jefes de bloque, comisiones de trabajo, actividades diarias que realizan los Diputado del Congreso a través de boletines informativos, publicación de decretos, iniciativas de ley, fiscalización, administración, también posee una sección de transparencia, la cual contiene información de Guatecompras delegaciones en el exterior, liquidación de fondos rotativos, información presupuestaria, el apartado de Consulta Legislativa, la cual contiene, iniciativas de ley, acuerdos, puntos resolutiveos, resoluciones, orden del día, y diario de sesiones.

B. Diputados:

En este apartado se brinda información sobre los parlamentarios que integran la séptima legislatura, 2012-2014

C. Transparencia:

Comisiones al exterior, liquidación de fondo rotativo, información presupuestaria, ley de acceso a la información pública.

D. Consulta Legislativa:

Iniciativas de ley, decretos, acuerdos, puntos resolutiveos, orden del día, y diario de sesiones.

Ver: Entrevista efectuada a los empleados de la Dirección de Comunicación Social del 17 al 21 de febrero del año 2014

E. Participación:

Foro del congreso, atención ciudadana, la pluma invitada, convocatoria ciudadana, quejas y reclamos, y educación cívica.

La página web está estructurada para informar de las actividades diarias de los parlamentarios, a través del boletín informativo, el cual se mantiene actualizado día con día.

Debido a que adolece de un manual de estilo, las publicaciones no son siempre uniformes.

Algunas secciones se encuentran desactualizadas, como los diarios de sesiones y los decretos están publicados en PDF algunas veces borrosos.

7.1.6 Unidad de Televisión

El canal del Congreso de la república se transmite actualmente a través del canal 57 de claro tv avanzado,

Respecto al contenido de su programación, se tramiten en vivo y en directo, todas las sesiones plenarias regularmente convocadas los martes y jueves, algunas reuniones de la instancia de jefes de bloque Foro parlamentario: los días lunes, miércoles y viernes, así como Actividades especiales transmitidas desde el salón del pueblo, las cuales Se promocionan a través de facebook y twitter.

Se realizan transmisiones en diferido sobre las reuniones de comisiones, diputados reportajes, Capsulas informativas y un Noticiero quincenal. El horario de transmisión es de de 8:00 a.m. a 16:00hrs.

El personal es insuficiente y el equipo técnico del área de producción es incompatible y obsoleto. Actualmente se cuenta solo con un camarógrafo y dos editores, dos islas de edición y tres cámaras.

Las coberturas y contenido del noticiero no está siendo coordinado ni supervisado por el jefe de información, los reporteros están coordinados por el encargado de editar los boletines para la página web.

Actualmente, se realizan las gestiones para poder trasladar las transmisiones de tv de claro avanzado a tv básico

7.1.7 Unidad de Monitoreo

Monitoreo de radio

No se cuenta con el equipo necesario, solamente se trabaja con una persona y con una grabadora, para realizar esta función.

Se escuchan los noticieros de la mañana y se redacta un resumen de los temas que se abordaron, sin embargo no se graba.

Luego se envía a los diputados y directores por correo electrónico.

El contenido de la información no se analiza, solamente se archiva.

Monitoreo de televisión

Actualmente, dentro de la Dirección de Comunicación Social, no se cuenta con este servicio por falta de equipo, pero se están realizando las gestiones contratarlo por fuera.

Monitoreo de Redes Sociales

Esta área inicio a funcionar en el mes de mayo del año pasado, una sola persona es la encargada, su función consiste en revisar todos los días el facebook y twitter de los principales medios escritos, radiales y televisivos, aproximadamente contabilizan 15.

Se entregan dos reportes cuantitativos diario y uno semanal, pero no analítico, debido a la falta de personal establecido para este tipo de análisis.

El monitoreo se envía a los 158 diputados, directores y asesores.

Debido a la carencia de un análisis, se desperdicia una fuente bastante rica en información tanto para los diputados en general, como para los presidentes de comisión, Jefes de Bloque y asesores, ya que se revelan datos muy importantes que se pueden utilizar para elaborar una estrategia de Comunicación

Monitoreo de Prensa

La función en esta área, consiste únicamente en recortar las noticias que contengan información del Congreso de la República, de los diarios Prensa Libre, La Hora, Siglo 21, el Periódico Y diario de Centroamérica y se escanean para formar un archivo, también se descargan los contenidos por internet y se envían a los 158 diputados vía correo electrónico, pero no se realiza un análisis de la información obtenida

7.1.8 Unidad de Diseño Gráfico

Está integrado por una persona, cuyas funciones, según el manual de organización, son, desarrollar el manual de imagen grafica del congreso de la república, en todos los entes que conforman el congreso.

Así como diseñar formatos, plantillas para el sitio web para niños. Apoyar en todo lo necesario para la elaboración de diseños digitales en las redes sociales, así como diseñar todo lo requerido por la dirección, para la divulgación y promoción de los productos que impulse la dirección de comunicación social.

Aunque la descripción de funciones pareciera informar que desde aquí se establecen los lineamientos para el manejo de la imagen gráfica institucional, realmente lo que se realiza en esta unidad, es producir materiales por encargo de la dirección.

En ese sentido se considera una debilidad en la dirección de comunicación social la inexistencia del manual de imagen aunque al realizar el trabajo se tomen en consideración algunas situaciones como el uso del logo de la institución, lo cual no es suficiente en términos de imagen institucional. Debería considerarse como prioritaria la elaboración de esta herramienta pues es básica para encaminarse al desarrollo de la institucionalización de la comunicación.

7.1.9 Rumores

Nadie quiere ocupar la Dirección de Comunicación Social, debido al rumor que la plaza año con año es cambiante y no se puede realizar un trabajo a largo plazo.

Los empleados de Comunicación Social deben tener el apadrinamiento de una Bancada o un Diputado para poder ocupar dicha plaza.

7.1.10 Comunicación Externa

La oficina de Comunicación Social, facilita el acceso a la información de las actividades parlamentarias, fotografías y videos a los diferentes medios externos que así lo soliciten.

Se comunica diariamente de las actividades parlamentarias a los medios de comunicación, a través de correos electrónicos y mensajes de texto. Así como de la agenda de actividades que se coloca en el área de prensa y se va actualizando conforme a las necesidades de cobertura.

En cuanto a la divulgación del que hacer legislativo hacia la población en general, la dirección de Comunicación Social utiliza la pagina web oficial, www.congreso.gob.gt, el canal 9 del Congreso de la República, que se transmite a través de la señal del canal 57 de Claro tv avanzado, y de las redes sociales, facebook, twitter, youtube y flicker.

En cuanto a las publicaciones, campos pagados, pautas en radio y televisión, de esto se encarga la Dirección General.

7.1.11 El POA del año

POA 2013 de la Dirección de Comunicación Social
El Plan Operativo Anual (POA) 2013, del Congreso de la República se adaptó a las necesidades propias y a los lineamientos establecidos por la Secretaría General de Planificación y Programación de la Presidencia SEGEPLAN, como ente rector de la planificación nacional.

El propósito de dicho plan es contar con un instrumento de planificación a corto plazo, que permita seguir líneas de acción programadas anualmente.

| Proyecto | Cuantificación trimestral | | | | Producto esperado | Responsable Directo |
|--|---------------------------|-----------------|--------------|--|-----------------------------|----------------------------------|
| | Enero Abril | Mayo- Agosto | Sep.- Dic | Programado Miles de Quetzales (año X) | | |
| Objetivos Operativo 1: Radio Web | | | | | | |
| Acción 1: Compra de equipo para la radio | | | | Q.140,000.00 | Radio en línea del Congreso | Dirección de Comunicación Social |
| Acción 2: Instalación e Implementación | | | | | Radio en línea del Congreso | Dirección de Comunicación Social |
| Acción 3: Divulgación | | | | Q. 100,000.00 | Radio en línea del Congreso | Dirección de Comunicación Social |
| Acción 4: Producción de Radio | | | | Q. 100,000.00 | Radio en línea del Congreso | Dirección de Comunicación Social |
| Objetivos Operativo 2: Canal Vía Satelital | | | | | | |
| Acción 1: Socializar proyecto satelital | | | | Q. 30,000.00 | Canal Vía Satélite | Dirección de Comunicación Social |
| Acción 2: Compra de equipo e Implementación | | | | Q. 1,300,000.00 | Canal Vía Satélite | Dirección de Comunicación Social |
| Acción 3: Instalación de equipo, empresas de cable | | | | Q. 250,000.00 | Canal Vía Satélite | Dirección de Comunicación Social |
| Objetivos Operativo 3: Mejora de Producción del Canal | | | | | | |
| Acción 1: Mejoramiento de Instalación | | | | Q. 250,000.00 | Cobertura a nivel nacional | Dirección de Comunicación Social |
| Acción 2: Capacitación del personal | | | | Q. 1,300,000.00 | Cobertura a nivel nacional | Dirección de Comunicación Social |
| Acción 3: Producción material | | | | Q. 50,000.00 | Cobertura a nivel nacional | Dirección de Comunicación Social |

| | | | | | |
|---|--|--|---------------|----------------------------|----------------------------------|
| Acción 4: Producción material | | | Q. 300,000.00 | Cobertura a nivel nacional | Dirección de Comunicación Social |
| Objetivos Operativo 4: Circuito cerrado en Claro T.V. Interno | | | | | |
| Acción 1: Solicitud de servicio a la empresa Claro | | | Q. 250,000.00 | Cobertura a nivel nacional | Dirección de Comunicación Social |
| Acción 2: Compra de equipo para generar señal interna | | | Q. 300,000.00 | Cobertura a nivel nacional | Dirección de Comunicación Social |

www.congreso.gob.gt/manualdeorganización2013

7.1.12 Campañas realizadas

Como toda institución pública, lamentablemente las autoridades en turno ven como un gasto innecesario el desembolso para realizar campañas, no reconocen su importancia en la comunicación estratégica de un ente como el Congreso de la República, no consideran que sea necesario invertir en la divulgación del que hacer legislativo, en ocasiones se debe al temor de ser criticados por la prensa por lo que desde hace varios años, no se realizan campañas de comunicación.

7.1.13 Plan estratégico que se está por ejecutar

Actualmente la Dirección de Comunicación Social, no cuenta con un Director que se encargue de diseñar un plan estratégico, aunque generalmente lo que se establece son planes de trabajo que van enfocados más en la línea informativa y operativa, que de carácter estratégico.

7.1.14 Presupuesto de Comunicación para el presente año

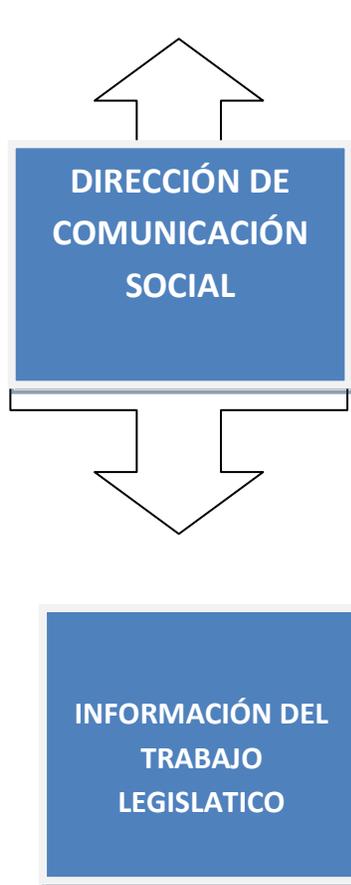
No posee un presupuesto establecido y sus necesidades se cubren según como vayan surgiendo, La Dirección General del Congreso de la República es la encargada de evaluar y autorizar tanto los pedidos de compra como las pautas en los medios de Comunicación. Sin embargo dentro del POA, se establece una asignación para esta área, sin embargo estos recursos son generalmente reasignados para otras necesidades de funcionamiento del Congreso de la República

7.1.15 Grafica del Diagnóstico de la Radiografía

CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA



Diputados



Se encarga de la Comunicación externa del Organismo más vulnerable y criticado del Estado

Cuenta con 28 personas para atender las demandas de 158 diputados.
Carece de un plan estratégico que establezca acciones de corto, mediano y largo plazo.
Su trabajo es divulgado en página web y un canal de televisión

Su Director es nombrado por el presidente del Congreso, por periodos indefinidos.
Su administración es inestable debido al constante cambio de Director por situaciones políticas.
La relación de los diputados con la Dirección es

débil

Un 93% de diputados desconoce el trabajo de la Dirección
Existen deficiencias en la coordinación y comunicación con las bancadas

Dentro de sus asignaciones, tiene la cobertura periodística del trabajo legislativo y su divulgación
Hace trabajo de grabación, entrevistas y fotografía para las redes sociales (página web, Twitter y Facebook) y el canal del Congreso.

Falta un manual de procedimientos, redacción y estilo para la elaboración de boletines institucionales

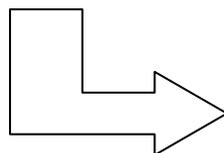
Falta capacitación para reporteros, redactores y encargados de redes sociales.

Carece de un editor de contenidos y fotografía.
No posee equipo técnico adecuado para sus labores.

Realiza monitoreo general de noticias en redes sociales que envía a los legisladores.

No cuenta con un monitoreo personalizado y analítico para diputados

Conforme
Inconforme



8. Conclusiones

La Dirección de Comunicación Social del Congreso, funciona con muchas debilidades con escaso personal y falta de equipo técnico.

La Dirección de Comunicación Social, carece de una estrategia de comunicación a mediano y largo plazo y esto afecta las acciones comunicacionales que se realizan, debido a que el personal se centra en el trabajo diario reaccionando a los acontecimientos sin preparación ni propuesta

No existe coordinación entre la Dirección de Comunicación Social y las Unidades que coordinan la Comunicación de las Bancadas del Congreso, lo que repercute en un manejo de información disperso que afecta la imagen de la Institución.

Los Diputados en general según nuestras encuestas prefieren utilizar medios alternativos para manejar su comunicación

9. Recomendaciones

Establecer objetivos encaminados más a una comunicación estratégica educativa y política, que únicamente al ámbito informativo, que la posicione como la entidad encargada de la comunicación estratégica de la institución.

Que el Director de Comunicación Social, permanezca por un período prolongado para cumplir con los objetivos que se establezcan de la comunicación estratégica.

La Dirección de Comunicación Social, debe coordinar trabajo con otras oficinas del Congreso de la República que realizan trabajos afines. Establecer manuales de procedimientos, específicos tanto internos para el área de redacción, para el área de televisión, así como para el manejo del logo e imagen del Congreso de la República.

Capacitar personal para realizar el análisis de los datos obtenidos de los diferentes monitoreos en beneficio de la imagen y comunicación institucional.

Se requiere urgentemente de un mejor equipo técnico, capacitaciones constantes a su personal, y de una mejor comunicación entre los diputados hacia la dirección de comunicación social para divulgar sus actividades dentro de este alto organismo.

Capítulo II: Plan de Comunicación

Antecedentes

Radiografía de la Dirección de Comunicación Social

Descripción de la comunicación interna

Ubicación física

Ámbito técnico

Rumores

Comunicación externa

Campañas Realizadas

Plan estratégico por ejecutar

Presupuesto de comunicación para el presente año

Gráfica del Diagnostico de la Radiografía

Objetivo general

Objetivos específicos

Público objetivo

Mensaje

Estratégica

Calendario

Presupuesto

Control y seguimiento

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1 Antecedentes

El Congreso de la República es el organismo político del Estado por excelencia para la cobertura periodística y las relaciones públicas. De los tres poderes del estado - Ejecutivo Legislativo y Judicial- es en el Congreso donde confluyen todas las fuerzas políticas y las instancias públicas, privadas y sociales para la toma de decisiones que afectan a toda la nación.

No obstante, pese a su importancia, actualmente atraviesa una crisis de imagen institucional y problemas significativos en su comunicación interna y externa. La población en general desconoce el trabajo de los congresistas y les ubica como mercenarios del sistema.

La mayoría de noticias que circulan en los medios de comunicación advierten sobre los diputados faltistas a las sesiones plenarias, de los que se quedan dormidos en el hemiciclo, de los que prefieren entretenerse con un juego digital a poner atención a las discusiones serias; mientras, las autoridades del Legislativo, no logran definir una estrategia que permita hacer llegar a la población su trabajo y su mensaje.

Desde esta perspectiva, la comunicación social adquiere un papel relevante. En el caso del Congreso queda clara la urgente necesidad de realizar un manejo adecuado de su comunicación interna y externa. De esta forma se podrán mejorar las relaciones con los periodistas y una estrategia a largo plazo que permita recuperar su imagen institucional.

En el 2008, periodo en el que el diputado Arístides Crespo ocupó la presidencia del Congreso de la República, se creó legalmente la Dirección de Comunicación Social, mediante una reforma a la Ley Orgánica del Organismo Legislativo. Hasta ese momento, había funcionado como un Departamento de Relaciones Públicas, con carencias de todo tipo, desde personal, equipo y dirección, situación que generó problemas.

Para citar algunos ejemplos de situaciones difíciles enfrentadas por el Legislativo, se puede mencionar en el período 2000-2004, la reforma a la Ley del Impuesto de Bebidas Alcohólicas, publicada en el Diario Oficial con notorias alteraciones respecto a la que se había aprobado en el hemiciclo parlamentario. El caso fue conocido como “guarogate”, y puso en jaque a los congresistas, luego de filtrarse las grabaciones de la sesión plenaria donde se aprobó la citada ley, y se comprobó la alteración maliciosa antes de la publicación en el diario oficial.

Las grabaciones fueron obtenidas por los periodistas, debido a la falta de control que entonces había del material que reproducía el Congreso. Surgió

así la necesidad de una Dirección de Comunicación Social, con un titular responsable de controlar y responder por todo el material televisivo, radial, y escrito que se generara en el Legislativo. No obstante, la necesidad de un plan a largo plazo para manejar las relaciones internas y externas de la institución, así como la imagen institucional, quedaron como tareas pendientes hasta la actualidad.

Pese a ello, la creación de la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República, significa un adelanto en el tratamiento de la comunicación en el Organismo Legislativo. Entre otras cosas, se encarga de la divulgación educativa e informativa del trabajo de los 158 diputados, y de manejar la imagen institucional; esto último, en ausencia de un plan de comunicación y presupuesto, debido al constante cambio de sus autoridades –la Junta Directiva del Congreso es cambiada cada año-, lo que impide definir líneas de acción a largo plazo.

2.2 Radiografía de la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República

La dirección de Comunicación Social se encarga de la Comunicación Institucional del Congreso de la República, depende directamente de la Dirección General.

El cargo de Director de Comunicación Social es nombrado por el Presidente del Organismo Legislativo e turno, lo que dificulta diseñar un plan estratégico que establezca acciones a corto, mediano y largo plazo.

Actualmente cuenta con una página web, en donde se divulga el trabajo Legislativo, a través de los boletines informativos, sin embargo el resto del contenido de la página es manejada por la dirección Legislativa y la dirección de informática.

El otro medio de comunicación que utiliza para dar a conocer el que hacer Legislativo es el canal 9 del Congreso de la República que se transmite a través del canal 57 de claro tv avanzado, y aunque no cuenta con un presupuesto asignado, personal y equipo suficiente, actualmente se realizan algunas gestiones para ampliar las transmisiones de tv claro avanzado a tv claro básico para aumentar su audiencia.

2.2.1 Descripción de la Comunicación Interna

La comunicación interna en el Organismo Legislativo se realiza principalmente mediante un proceso ascendente, basado en constantes juntas de trabajo entre mandos medios y superiores.

El Congreso de la República cuenta con el servicio de intranet, que se utiliza principalmente para la función de proveeduría mediante la solicitud de toda clase de insumos.

Existe un servidor que provee cuentas internas de correo electrónico para diputados, directores, y algunos asesores, que otorga 100 megas por usuario y que en la mayoría de los casos no es utilizado. El personal administrativo en general, maneja correos electrónicos privados.

Las herramientas de comunicación interna más utilizadas en la Dirección de Comunicación Social son los memorándum, circulares, convocatorias y cartas. También las reuniones con el personal.

2.2.2 Ubicación Física

La Dirección de Comunicación Social se encuentra ubicada en la 8ª. Avenida 9-67 de la zona 1, en el Edificio Fernández. Estas instalaciones fueron remodeladas en el 2013 para brindar espacios de trabajo apropiados para los empleados; no obstante, las instalaciones carecen de ventilación y acceso a la luz solar, por lo que es necesario el uso de lámparas y aire acondicionado. Debido a la antigüedad de la construcción se tiene problemas con la señal telefónica..

Una de las desventajas de la Dirección de Comunicación Social, es que se encuentra apartada de las Oficinas centrales (Junta Directiva), así como del Hemiciclo Parlamentario, lo que obstaculiza en alguna medida, la eficacia en algunas áreas de trabajo.

2.2.3 Ámbito Técnico

La Dirección de Comunicación Social, depende directamente de la Dirección General del Congreso y se encuentra dividida en siete unidades:

- Redacción
- Fotografía
- Unidad Web
- Unidad de Televisión
- Unidad de Radio
- Unidad de Monitoreo
- Unidad de Diseño Gráfico

El Personal de la Dirección de Comunicación Social se integra por 28 personas, distribuidas en diferentes departamentos, incluido el Director de Comunicación Social de la Presidencia del Congreso, que puede ser sustituido cada año, de acuerdo con las exigencias de trabajo de la Junta Directiva. Dentro del Personal se encuentran profesionales con estudios de Comunicación Social, Comunicación Política, Periodismo, Publicidad y Computación. Los Fotógrafos no poseen estudios profesionales; sin embargo, los años de experiencia les permiten realizar sus funciones.

La mayoría del personal asignado a la Dirección de Comunicación Social, cuenta con estabilidad laboral, contratados bajo el renglón 0-11, por lo que cualquier capacitación con miras al fortalecimiento institucional resulta productiva.

2.2.4 Rumores

Nadie quiere ocupar la Dirección de Comunicación Social, debido al rumor de que la plaza año con año es cambiante y no se puede realizar un trabajo a largo plazo.

Los empleados de Comunicación Social deben tener el apadrinamiento de una Bancada o un Diputado para poder tener estabilidad laboral y contar con algunos privilegios.

2.2.5 Comunicación Externa

La Dirección de Comunicación Social, maneja la comunicación externa del Congreso de la República, aunque no cuenta con un plan estructurado con lineamientos generales para cumplir este trabajo.

Se comunica diariamente las actividades parlamentarias a los medios de comunicación, a través de correos electrónicos y mensajes de texto. Se coloca en el área de prensa, la agenda de actividades diarias y se actualiza conforme a las necesidades de cobertura. Se facilita el acceso a la información de las actividades parlamentarias y se provee de fotografías y videos a los diferentes medios que lo soliciten.

Hacia la población en general, la Dirección de Comunicación Social informa de las actividades legislativas mediante la página web oficial, www.congreso.gob.gt, el Canal 9 del Congreso de la República, que se transmite por la señal del canal 57 de Claro TV Avanzado, y las redes de Facebook, Twitter, Youtube y Flickr.

2.2.6 Campañas realizadas

Debido a su vulnerabilidad como fuente abierta a los medios de comunicación, el Congreso de la República ha recibido fuertes críticas en años pasados por campañas realizadas en pro de su imagen y su institucionalidad.

Esta situación ha desmotivado a las Directivas de los últimos dos periodos legislativos, que han preferido abstenerse de invertir en divulgación, porque consideran que lejos de beneficiarles puede venir a perjudicar.

Sin embargo, en el pasado se realizaron algunas campañas con algún nivel de éxito medible. Entre 2000 y 2003, durante la administración del Frente Republicano Guatemalteco (FRG), se elaboró un inserto informativo para medios escritos de publicación mensual. Contenía información valiosa de los decretos aprobados durante el mes, las iniciativas de ley ingresadas al Congreso, y las distintas actividades de la Junta Directiva y las Comisiones de Trabajo.

Entre 2004 y 2007 durante la administración de la Gran Alianza Nacional (Gana), se llevo a cabo una campaña radial, con capsulas informativas que informaban del trabajo legislativo.

2.2.7 Plan estratégico que se está por ejecutar

Actualmente la Dirección de Comunicación Social, no cuenta con un plan estratégico. Generalmente trabaja bajo la línea acciones enfocadas en lo informativo y operativo, sin mediciones ni evaluaciones.

Una de las causas de esta situación, se debe al constante cambio de director, debido a que es un puesto de confianza y la continuidad o el retiro del cargo dependen del Presidente del Congreso, que puede ser cambiado cada año.

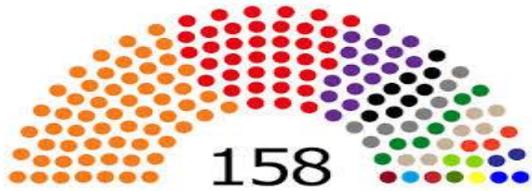
2.2.8 Presupuesto de Comunicación para el presente año

La Dirección de Comunicación Social no tiene un presupuesto establecido y sus necesidades se cubren según surjan. La Dirección General del Congreso es la encargada de evaluar y autorizar tanto los pedidos de compra de materiales, equipo e insumos, así como las pautas en los medios de comunicación.

Si bien, dentro del POA, se establece una asignación para Comunicación Social; sin embargo, estos recursos son generalmente reasignados para otras necesidades de funcionamiento del Congreso de la República.

2.2.9 Grafica del Diagnóstico de la Radiografía

CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA



Diputados



Se encarga de la Comunicación externa del Organismo más vulnerable y criticado del Estado

Cuenta con 28 personas para atender las demandas de 158 diputados.

Carece de un plan estratégico que establezca acciones de corto, mediano y largo plazo. Su trabajo es divulgado en página web y un canal de televisión

Su Director es nombrado por el presidente del Congreso, por periodos indefinidos. Su administración es inestable debido al constante cambio de Director por situaciones políticas. La relación de los diputados con la Dirección es

débil.

Un 93% de diputados desconoce el trabajo de la Dirección.

Existen deficiencias en la coordinación y comunicación con las bancadas

Dentro de sus asignaciones, tiene la cobertura periodística del trabajo legislativo y su divulgación. Hace trabajo de grabación, entrevistas y fotografía para las redes sociales (página web, Twitter y Facebook) y el canal del Congreso.

Falta un manual de procedimientos, redacción y estilo para la elaboración de boletines institucionales

Falta capacitación para reporteros, redactores y encargados de redes sociales.

Carece de un editor de contenidos y fotografía. No posee equipo técnico adecuado para sus labores.

Realiza monitoreo general de noticias en redes sociales que envía a los legisladores.

No cuenta con un monitoreo personalizado y analítico para diputados

Conforme
Inconforme



2.3 Objetivo General

Elaborar un plan de Comunicación Interna para la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la Republica, que fortalezca la productividad y eficiencia de su personal.

2.3.1 Objetivos Específicos

- Sentar las bases para una Comunicación Interna efectiva, en la Dirección de Comunicación Social.
- Fortalecer la cultura organizacional
- Crear los mecanismos adecuados que permitan que la información circule por todo el personal de la dirección de comunicación social del congreso de la republica, de manera verás y oportuna, coordinando de mejor manera el recurso humano de esta dirección.
- Establecer la comunicación interna como una herramienta de transmisión de valores organizativos, constituyéndose en un instrumento esencial en la gestión de cambio y modernización de la dirección, dando a conocer a su personal información sobre el plan estratégico de comunicación, planes y objetivos establecidos a mediano y largo plazo.
- Controlar la información interna que se genera dentro de la Dirección de Comunicación Social, manteniendo informado al personal sobre cualquier cambio o nueva disposición.
- Motivar al personal a través de la comunicación directa, transmitir la misión y visión de la dirección, los objetivos generales, estimular la participación del personal y mejorar el clima laborar.

2.3.2 Público Objetivo:

Este plan tiene como publico objetivo los 30 trabajadores de las distintas áreas de la Dirección de Comunicación del Congreso de la República.

Son hombres y mujeres, trabajadores del Organismo Legislativo, algunos con estudios Universitarios en Comunicación Social, otros con formación empírica.

Edades comprendidas entre los 23 y 77 años

Personal que integra la Dirección de Comunicación Social

- 1. Director general
- 1. Jefe de información
- 1. Productor
- 5. Reporteros
- 2. Camarógrafos
- 4. Fotógrafos
- 2. Asistentes administrativos,
 - 1. Revisor de boletines
- 3. Personas en el área de monitoreo
- 3. Personas en el área de archivo
 - 1. Diseñador gráfico
- 2. Editores de video
- 2. Técnicos en transmisión del canal de televisión
 - 1. Recepcionista
- 1. Ujjer

2.3.3 Mensaje

“En equipo trabajamos mejor”

2.3.4 Estrategia

Elaborar un plan de comunicación interna la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República que funcione como una herramienta estratégica para fortalecer la cultura organizacional, reducir la incertidumbre ante nuevas disposiciones, disminuya los rumores internos, facilite la

convivencia entre los trabajadores, mejorando el ambiente laboral, respondiendo y atendiendo las necesidades de información, motivación y capacitación, facilitando de esta manera el logro de los objetivos estratégicos.

1. Elaboración de un manual de procedimientos de la Dirección de Comunicación Social

2. Realizar cuatro talleres de capacitación en materia de Comunicación Organizacional

3. Implementar un boletín electrónico informativo

4. Gestionar el uso del correo interno

5. Realizar 4 talleres motivacionales

6. Establecer desayunos de trabajo

7. Coordinar reuniones semanales

8. Creación de un buzón de sugerencias

Plan de acción 2014

Para fines del Ejercicio Profesional Supervisado –EPS- de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se ejecutaran las primeras cuatro estrategias de comunicación interna realizando un taller de capacitación durante los meses de mayo, junio y julio 2014.

1. Manual de Procedimientos Interno

Objetivo General:

Agrupar de forma ordenada y sistemática todos los procesos y actividades que se realicen dentro de la Dirección de Comunicación Social, necesarios

para la mejor ejecución de sus labores contribuyendo así al fortalecimiento institucional de este Alto Organismo.

Objetivos específicos:

- . Establecer una fuente de consulta para el personal que integra la dirección de Comunicación Social del Congreso de la República.
- . Definir las funciones y responsabilidades en forma específica de cada puesto de trabajo dentro de esta Dirección.
- . Apoyar la capacitación y supervisión del personal
- . Unificar operaciones y evitar duplicidades de esfuerzo
- . Reducir al mínimo la transferencia de responsabilidad.

El manual será una herramienta administrativa de comunicación interna, que facilitará el acceso a la información de manera clara y sencilla de los procedimientos internos, a fin de mejorar el desempeño de esta Dirección y contribuir al fortalecimiento institucional de este Alto Organismo.

Para elaborarlo se establecerán las funciones del equipo de comunicación con base al manual de puestos y funciones 2013 del Organismo Legislativo y las necesidades de la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República y se especificará el flujograma de información, con el objetivo de que el equipo trabaje con el claro conocimiento de la estructura organizacional, responsabilidades y funciones bien definidas.

Dicho manual debe incluir los procedimientos internos más importantes que realiza la dirección de Comunicación Social así como su Misión y Visión.

Para ello se realizarán tres pasos importantes

Delimitación del procedimiento

En este paso se pretende determinar los procedimientos a analizar, dónde se inician y dónde terminan, fijar el objetivo de estudio y su alcance.

Recolección de la Información

Consiste en recabar los documentos y los datos, que una vez organizados, analizados y sistematizados, permitan conocer los procesos internos de la dirección de comunicación social, tal y como operan en este momento, y posteriormente proponer los ajustes que se consideren convenientes

Las técnicas que se utilizarán para recabar la información necesaria son:

a) Investigación documental.

b) Entrevista directa.

c) Observación de campo.

a. Investigación Documental:

Consiste en la selección y el análisis de aquellos escritos que contienen datos de interés relacionados con los procedimientos; para ello, se estudiará la ley orgánica del Organismo Legislativo y el Pacto Colectivo de condiciones de trabajo, así como el Manual de Organización y el Manual de Perfiles de Puestos del Congreso de la República.

b. Entrevista directa

Consiste básicamente en reunirse con una o varias personas, y cuestionarlas con una orientación definida,

para obtener información.

Por lo que se establecerán reuniones con el director de Comunicación Social, dentro de las cuales se acordará el contenido, presentación, colores y tamaño.

Así mismo se conversará con algunos integrantes de esta dirección para recibir aportes e insumos que puedan ser de beneficio o utilidad para la elaboración del mismo.

c) Observación de Campo:

Consiste en acudir al lugar u oficina en donde se desarrollan las actividades de los Procedimientos y observar atentamente todo lo que sucede alrededor; para ello, es necesario anotar todo lo que se considere relevante; con esto es posible verificar o modificar la información recabada en las entrevistas.

| Tabla de contenidos del Manual de Procedimientos Interno |
|--|
| Introducción |
| CAPITULO 1 |
| 1. Objetivos |
| 1.1 Objetivo General |
| 1.2 Objetivos Específicos |
| CAPITULO 2 |
| 2. Organización y Funciones de la dirección de Comunicación Social |
| 2.1 Misión |
| 2.2 Visión |
| 2.3 Funciones |
| 2.4 Organigrama |
| Capitulo 3 |
| 3.Procedimientos y Flujogramas |

2. Taller de Comunicación Organizacional

Se realizará un taller de Comunicación Organizacional al personal de la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República impartido por un experto en la materia, con duración de una hora.

Título: “TALLER – DESAYUNO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL”

1. Objetivos

a) General

Implementar un taller de Comunicación Organizacional, con el personal de comunicación.

b) Específicos

- Incrementar los conocimientos del equipo, con el propósito de empoderarlos de sus funciones.

2. Participantes

Facilitador (a) y equipo de Comunicación Social

3. Fecha: Primera semana de Julio, duración: 1 hora

3. Lugar: Restaurante El Adobe, 9-45 zona 1

6. Metodología

La metodología a utilizar será la grupal participativa. El facilitador (a) motivará a los asistentes a involucrarse en la exposición del tema.

7. Técnica: expositiva, demostrativa

PROTOCOLO

1. Apertura y bienvenida
2. Presentación de los participantes y facilitador (a)
3. Exposición del tema
 - Importancia de la Comunicación Organizacional
 - Clima laboral
 - Comunicación ascendente y descendente
 - Flujos de información
 - Manual de procedimientos
 - Análisis comparativo de Comunicación Organizacional en otros Organismos Legislativos.
4. Entrega de documento de apoyo a los participantes y de la propuesta del Manual de Procedimientos Interno
5. Cierre de actividad

Recursos

- Alquiler de salón de reuniones, desayuno para 20 personas, computadora, cañonera, proyector, agendas, libretas y lápices.
- Apoyo humano: facilitador (a), encargado de instalar el equipo electrónico y Persona que reparta el refrigerio y retire el servicio.

4. **Gestión para implementar el uso de correo interno** dentro de la dirección de comunicación social a los 30 trabajadores que la integran.

Para ello se solicitará una cita con el encargado de informática del Congreso de la República con la autorización del Director de Comunicación Social y se le dará el seguimiento correspondiente.

3. Boletín Electrónico

El objetivo del boletín electrónico es informar a todo el personal de la dirección de Comunicación Social sobre actividades e instrucciones que se presenten según las necesidades del plan estratégico anual.

El diseño del boletín electrónico se acordará con el director de Comunicación Social, para lo cual se presentaran 3 propuestas de formatos digitales.

La periodicidad del boletín electrónico será semanal, y su contenido será de carácter informativo, dentro del cual se incluirán avisos, nueva disposiciones, nuevas líneas de trabajo.

Dentro del diseño del boletín electrónico se incluirá.

6. El número correlativo del boletín
7. La fecha
8. El logotipo autorizado del Congreso de la República
9. El mensaje de este plan de comunicación interna **“En equipo trabajamos mejor”**.
10. una imagen en relación al mensaje o actividad a realizar
11. Nombre del director de Comunicación Social
12. Extensión de teléfono del director

Ejecución del plan de comunicación (mayo – julio)2014

- 1. Manual de procedimientos Interno**
- 2. Taller de capacitación**
- 3. Implementación del correo interno**
- 4. Boletín electrónico**

Actividades que operativizan la estratégica

Primera actividad.

Reunión con el director de Comunicación Social del Congreso de la República, Fernando Bolaños, para establecer los contenidos de la propuesta del Manual de Procedimientos.

Objetivos:

1. Analizar la información precisa que contendrá la propuesta del Manual Procedimientos.

Segunda Actividad

Se iniciarán las gestiones necesarias para la implementación del correo interno a los 30 trabajadores de la Dirección de Comunicación Social, a través del servicio de intranet ya existente en el Congreso de la República bajo la autorización del Director de esta Área y se le dará el seguimiento correspondiente.

Tercera actividad

Elaboración de 3 propuestas para el boletín electrónico informativo.

Objetivo:

Presentar al director de comunicación social tres propuestas para el boletín informativo.

Cuarta actividad

Reunión con el director de Comunicación Social, Fernando Bolaños, para primera revisión del Manual.

Objetivos:

1. Alcanzar los acuerdos necesarios para la elaboración del el manual corporativo en materia de contenido y diseño.

Quinta actividad

Entrega de 3 propuestas de formatos para el boletín electrónico informativo al Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República.

Objetivo:

Recibir retroalimentación sobre las propuestas presentadas

Sexta Actividad

Presentación final del formato del boletín electrónico al director de Comunicación Social de Congreso de la República.

Objetivo

1. Recibir la aprobación final del diseño del boletín que se utilizará para mantener informado digitalmente a todo el personal esta dirección.

Séptima actividad

Revisión final del Manual en materia de contenido y diseño.

Objetivo:

Aprobación final del director de Comunicación Social del manual corporativo.

Octava actividad

Impresión de la propuesta de manual de procedimientos interno

Objetivo:

1. Realizar la impresión a color de 50 copias del Manual de Procedimientos Interno, aprobado por el director de Comunicación Social.

Novena actividad

Taller – desayuno en materia de Comunicación Organizacional

Objetivos:

1. Taller de capacitación sobre comunicación Organizacional
2. Entrega del manual de procedimientos
3. Responder dudas.

Plan de seguimiento (julio diciembre 2014)

Dentro del plan de comunicación interna se sugieren las siguientes actividades para los meses de julio, agosto, septiembre, octubre, noviembre y diciembre 2014, la ejecución de las mismas quedará a cargo de la dirección de Comunicación Social.

Talleres de capacitación

Continuar con los tres talleres de capacitaciones restantes, impartidos por expertos en el área, a todo el personal de la Dirección de Comunicación Social, programados una vez al mes.

Segundo taller

- Redacción institucional

Tercer taller

- Redes sociales

Cuarto taller

- Conducción de radio y televisión

Estos talleres, se dirigen a al personal que desempeña funciones como reporteros del canal de tv, pagina web, redes sociales y conductores de tv.

Todas las capacitaciones se realizaran través de un desayuno, con la participación de expertos en la materia, programados una vez al mes.

Al final de cada presentación se entregará un documento de apoyo.

Talleres motivacionales

Iniciar el ciclo de talleres motivacionales, unas ves al mes, dirigido a todo el personal que labora en la Dirección de Comunicación Social, a fin de fomentar el trabajo en equipo, el buen ambiente laboral y la superación personal.

Fortalecer el flujo de información

Se establecen un desayuno mensual de trabajo entre el director de Comunicación Social y su personal, para conocer los avances obtenidos dentro del plan de trabajo 2014-2015. , una vez al mes, los días viernes, entre el director de Comunicación Social y su personal, para abordar temas referentes al trabajo en equipo.

Coordinar reuniones semanales

Se establece una reunión semanal entre el entre el director de Comunicación Social y cada una de distintas áreas a su cargo, para conocer los resultados de las nuevas líneas de trabajo implementadas, y aclarar cualquier tipo de inconvenientes o dudas que puedan surgir de manera directa y precisa.

Al final de las reuniones, se sugiere redactando un acta interna, que será compartida a posteriormente a todo el personal, a través de los boletines electrónicos.

Creación de un buzón de sugerencias

Se recomienda la creación de un buzón de sugerencias el cual será elaborado de madera, tamaño regular y se utilizara para motivar la participación de los empleados en determinadas circunstancias. que fomente la comunicación ascendente, (entre empleados y autoridades). El mismo se utilizará en situación precisas en las que se necesite conocer la opinión de los trabajadores respecto al desarrollo de alguna actividad.

2.4 Calendario

Cronograma de actividades dentro del Ejercicio Profesional Supervisado

-EPS-

| Actividades | Mayo | | | | Junio | | | | Julio | | | |
|--|------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Recopilación de información para el manual | | | | | | | | | | | | |
| Gestión para correo interno | | | | | | | | | | | | |
| Elaboración boletín electrónico | | | | | | | | | | | | |
| Primera revisión del manual | | | | | | | | | | | | |
| Revisión formato boletín electrónico | | | | | | | | | | | | |
| Propuesta final diseño boletín electrónico | | | | | | | | | | | | |
| Revisión final del manual | | | | | | | | | | | | |
| Impresión del manual | | | | | | | | | | | | |
| Primer taller de capacitación | | | | | | | | | | | | |
| Entrega del manual al director | | | | | | | | | | | | |
| Evaluación | | | | | | | | | | | | |

Cronograma de actividades sugerido como seguimiento al plan de comunicación interna durante los meses de julio, agosto, septiembre y diciembre.

| Actividades | Julio | | | | agosto | | | | septiembre | | | |
|-------------------------------------|-------|---|---|---|--------|---|---|---|------------|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Primer taller motivacional | | | | | | | | | | | | |
| Segundo taller de capacitación | | | | | | | | | | | | |
| Implementación buzón de sugerencias | | | | | | | | | | | | |
| Segundo taller motivacional | | | | | | | | | | | | |
| Desayuno de trabajo | | | | | | | | | | | | |
| Tercer taller de capacitación | | | | | | | | | | | | |

| Actividades | Octubre | | | | Noviembre | | | | Diciembre | | | |
|--|---------|---|---|---|-----------|---|---|---|-----------|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Tercer taller motivacional | | | | | | | | | | | | |
| Cuarto taller de capacitación | | | | | | | | | | | | |
| Desayuno de trabajo | | | | | | | | | | | | |
| Cuarto taller motivacional | | | | | | | | | | | | |
| Presentación de logros obtenidos y convivencia de fin de año | | | | | | | | | | | | |

2.5 PRESUPUESTO

| Cant. | Descripción del Producto | Recursos | Costo unitario | Total |
|--------------|---|--|---------------------------------------|--------------|
| 50 | Elaboración Manual de Fortalecimiento De la Dirección de Comunicación Social | Recurso humano Epesista de Licenciatura Rosemary Recinos | | |
| 1 | | Internet | Proporcionado por este Alto Organismo | |
| 50 | | Computadora | Proporcionado por este Alto Organismo | |
| 50 | | Impresión Manual | | Q.950.00 |
| 50 | | Carpetas | Unida Q.19.00 | Q.500.00 |
| | | | Unidad Q.10.00 | |
| 1 | Taller- desayuno de Comunicación Organizacional | Facilitador | Ad honorem | |
| 1 | | Computadora, | | |
| 1 | | Proyector y Pantalla | Q.200.00 por hora | Q.400.00 |
| 20 | | Desayunos | Q.55.00 por persona | Q,1100.00 |

| | | | | |
|---|---|---|--|------------------|
| 3 | Propuestas electrónico Boletín | Recurso humano Epesista de Licenciatura Rosemary Recinos Internet Computadora | Proporcionad o por este Alto Organismo Proporcionad o por este Alto Organismo | |
| | | | TOTAL | Q.2950.00 |

2.6 CONTROL Y SEGUIMIENTO

La ejecución del Plan de Comunicación Interna será supervisada a través de visitas realizadas a este Alto Organismo de Estado, por el director y docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, encargados del Ejercicio Profesional Supervisado –EPS-.

Así mismo para evaluar los resultados de las estrategias del plan de comunicación interna implementados en los meses de mayo a julio 2014, se realizara una encuesta a los trabajadores de las distintas áreas de la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República, para comprobar las deficiencias y avances obtenidos en materia de información y comunicación interna a través del plan implementado.



Modelo de Encuesta

La presente encuesta se realiza con fines educativos, dentro del ejercicio profesional supervisado de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. El propósito es evaluar los resultados del plan de comunicación interna implementado.

1. Conoce los planes de trabajo 2014 de la dirección para cual usted trabaja?

Si

No

2. Se ha hecho de su conocimiento la visión y misión de la Dirección de Comunicación Social?

Si

No

3. Conoce usted el manual corporativo de la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República?

Si

No

4. De responder afirmativamente a la pregunta anterior cómo calificaría la información contenida dentro de este manual para el desarrollo de sus funciones?

No es importante

Importante

Muy importante

5. Conoce usted el boletín electrónico informativo, recientemente implementado por la dirección de comunicación social?

Si

No

6. Considera que el boletín es una buena herramienta para el manejo de información interna?

Si

No

7. Que información ha recibido por medio del boletín electrónico?

8. Que información considera necesaria recibir por medio del boletín electrónico?

Capítulo III: Ejecución del Plan de Comunicación

Estrategia

Ejecución del Plan MAYO – JULIO 2014

Manual de Procedimiento Interno

Taller de Comunicación Organizacional

Gestión para implementar el uso de correo interno

Boletín Electrónico

3. Ejecución Plan de Comunicación

3.1 Estratègia

Se Elaboró de un Plan de Comunicación interna para la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República, como una herramienta estratégica para fortalecer la cultura organizacional, reducir la incertidumbre ante nuevas disposiciones, disminuya los rumores internos, facilite la convivencia entre los trabajadores, mejorando el ambiente laboral, respondiendo y atendiendo las necesidades de información, motivación y capacitación, facilitando de esta manera el logro de los objetivos estratégicos.

1. Elaboración de un Manual de Procedimientos Interno de la Dirección de Comunicación Social.
2. Realizar 1 taller de capacitación en materia de Comunicación Organizacional
3. Implementar un boletín electrónico informativo.
4. Gestionar el uso del correo interno.

3.2 Ejecución del Plan MAYO – JULIO 2014

Para fines del Ejercicio Profesional Supervisado –EPS- de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se ejecutó la siguiente estrategia de comunicación interna.

3.2.1 Manual de Procedimientos Interno



PRESENTACIÓN

Se elaboró un **“Manual de Procedimientos Interno”** tomando como base el **“Manual de Perfiles de Puestos 2013”**, **“Manual de Procedimientos Administrativos del Organismo Legislativo”** y las necesidades específicas de la dirección de Comunicación Social.

Este manual pretende ser una herramienta administrativa de comunicación interna que facilite acceso a la información de manera clara y sencilla de los procedimientos que se realizan en la Dirección de Comunicación Social, a fin de mejorar el desempeño laboral y contribuir al fortalecimiento institucional de este Alto Organismo.

Su elaboración se llevó a cabo dentro el Ejercicio Profesional Supervisado –EPS- de la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, y contó con la autorización de Fernando Bolaños, Director de Comunicación Social de este Alto Organismo.

Tabla de Contenidos



CAPITULO 1

1. Objetivos

- 1.1 Objetivo General
- 1.2 Objetivos específicos

CAPÍTULO 2

2. Organización y Funciones de la Dirección de Comunicación Social

- 2.1 Misión
- 2.2 Visión
- 2.3 Funciones
- 2.4 Organigrama

CAPÍTULO 3

3. Procedimientos y Flujogramas

- 3.1 Elaboración de Agenda de Actividades
- 3.2 Procedimientos
- 3.3 Flujogramas
- 3.4 Convocatoria a Prensa
- 3.5 Procedimientos
- 3.6 Flujogramas
- 3.7 Cobertura a Diputados
- 3.8 Procedimientos
- 3.9 Flujogramas
- 3.10 Elaboración Boletines
- 3.11 Procedimientos
- 3.12 Flujogramas
- 3.13 Redacción de Notas para el Canal
- 3.14 Archivo Fotográfico
- 3.15 Procedimientos
- 3.16 Flujogramas
- 3.17 Archivo de Video

- 3.18 Procedimiento
- 3.19 Flujogramas
- 3.20 Procedimientos
- 3.21 Monitoreo de Redes Sociales
- 3.22 Procedimientos
- 3.23 Flujogramas
- 3.24 Monitoreo de Prensa
- 3.24 Procedimiento
- 3.26 Flujograma
- 3.27 Monitoreo de Radio
- 3.28 Procedimiento
- 3.29 Flujograma

1. Objetivos



1.1 Objetivo General:

Proporcionar una herramienta de trabajo al personal que conforma la Dirección de Comunicación Social que permita desarrollar sus actividades de manera clara y precisa, detallando los procedimientos que se realizan dentro de esta dirección.

1.2 Objetivos Específicos:

- Establecer una secuencia lógica para el trabajo a desempeñar.
- Normar las acciones a realizar en cada procedimiento.
- Definir las funciones en forma específica.
- Sustituir instrucciones verbales por instrucciones escritas.
- Apoyar a la capacitación y supervisión del personal.
- Unificar las operaciones y evitar duplicidades de esfuerzo.
- Establecer las bases para cambios futuros en la dirección.

3.2.2 Taller de Comunicación Organizacional y Presentación del Manual de Procedimientos Interno.

Se realizó un taller de Comunicación Organizacional al personal de la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República impartido por el Licenciado Mario Recinos, con duración de dos horas.

Después se llevó a cabo la presentación del Manual de Procedimientos Interno.

**Título: “TALLER – DESAYUNO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL
“y PRESENTACION DE MANUAL DE PROCEDIMIENTOS INTERNO**

4. Objetivos

a) General

- Implementar un taller de Comunicación Organizacional y presentar el Manual de Procedimientos Interno con el personal de comunicación Social

b) Específicos

- Incrementar los conocimientos del equipo, con el propósito de empoderarlos de sus funciones.

5. Participantes

Facilitador (a) y equipo de Comunicación Social

3. Fecha: 21 de julio 2014 duración: 2 horas.

4. Lugar: Restaurante El Adobe, 9-45 zona 1

6. Metodología

La metodología que se utilizó fue la grupal participativa.

7. Técnica: expositiva, demostrativa

PROTOCOLO

13. Apertura y bienvenida

14. Presentación de los participantes y facilitador (a)

15. Exposición del tema

- La Comunicación en el Siglo XXI
- Cambios en el modelo de comunicación
- Comunicación Organizacional
- Manual de procedimientos
- Análisis comparativo de Comunicación Organizacional
- en otros Organismos Legislativos.

16. Entrega de documento de apoyo a los participantes

17. Presentación del Manual de Procedimientos Interno

18. Entrega del Manual de Procedimientos Interno al

19. director de Comunicación Social y personal de la Dirección.

20. Cierre de actividad

Recursos

Se rentó un salón de reuniones dentro del restaurante el Adobe, así como el uso de computadora, cañonera y pantalla, se elaboro una agenda y se compraron libretas y lápices.

. Se proporcionó desayuno para 21 asistentes

· Apoyo humano: facilitador, Licenciado Mario Recinos.

. Encargado de instalar el equipo electrónico y

Persona que reparta el refrigerio y retire el servicio, proporcionado por el restaurante.

3.3.3 Gestión para implementar el uso de correo interno

Se gestionó con el Licenciado Brandon Rodríguez, Coordinador de Informática, bajo la autorización de Fernando Bolaños, Director de Comunicación Social, que se proporcionara 12 cuentas de correo interno para el personal de la dirección que carecía de este servicio.

3.3.4 Boletín Electrónico

Se elaboró un boletín electrónico con el objetivo de informar a todo el personal de la Dirección de Comunicación Social sobre actividades e instrucciones que se presenten según las necesidades del plan estratégico anual.

Se presentaron 3 propuesta al director de Comunicación Social y se implementó el uso de este medio de comunicación de carácter informativo.

Dentro del diseño del boletín electrónico se incluye

21. El número correlativo del boletín

22. La fecha

23. El logotipo autorizado del Congreso de la República

24. El mensaje de este plan de comunicación interna “En equipo trabajamos mejor”.

25. una imagen en relación al mensaje o actividad a realizar

26. Nombre del director de Comunicación Social

27. Extensión de teléfono del director de Comunicación Social

Capítulo IV: Conclusiones y Recomendaciones

Evaluación del impacto

Conclusiones

Recomendaciones

Bibliografía

Anexos

4. Evaluación de Impacto:

Se diseñó un plan de Comunicación Interna para la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República, cuyas estrategias contribuyeron al fortaleciendo la comunicación ascendente y descendente entre el director y su personal.

Dentro de los resultados positivos se mencionan los siguientes:

Se crearon gestiones necesarias para la implementación el uso del correo interno para 12 trabajadores de esa dirección que no contaban con ese servicio.

Se implementó el uso de los boletines informativos de las actividades y disposiciones a implementar por parte de la dirección.

Se realizó una capacitación en comunicación interna y organizacional con el objetivo de concientizar al personal sobre la importancia de tener una comunicación interna eficiente para el mejor desempeño de sus actividades.

Se realizó un Manual de Procedimientos Interno, el cual fue entregado al director y personal que allí labora, estableciéndose como un documento de apoyo y base para futuras mejoras dentro de los procesos que se comunican que se realizan en la dirección de Comunicación Social.

En general contribuyó sentando las bases para una comunicación interna eficaz.

5. Conclusiones

El Congreso de la República, es el máximo órgano de representatividad ciudadana en el país, cuyas funciones principales radican en legislar, fiscalizar e intermediar, el cual cuenta con una Dirección de Comunicación Social que se encarga de divulgar e informar del que hacer legislativo de tan Alto Organismo.

Después de haber realizado un diagnóstico de Comunicación en la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República a través de la observación de campo, entrevista directa, encuestas así como de la investigación documental, se establecieron diferentes áreas a fortalecer, tanto a nivel interno como externo, enfocándose en la comunicación interna, para lo cual diseñé un plan de comunicación, que contribuyera a mejorar el ambiente de trabajo, y fortaleciera la capacitación y productividad del personal que allí labora.

Como parte del EPS, y con la autorización del director de comunicación social Fernando Bolaños, ejecuté 4 estrategias de comunicación en los meses de mayo a julio, lo que permitió mejorar la comunicación interna dentro de la Dirección de Comunicación Social de Congreso de la República, al enfocarse en las necesidades que la oficina presentaba, facilitando el manejo de información interna a través de la implementación del correo interno, del boletín electrónico, capacitación al personal y realización de un Manual de Procedimientos Interno, que contó con el visto bueno del director de Comunicación Social Fernando Bolaños.

El boletín electrónico, ha permitido que la información oficial fluya de manera descendente entre el director y su equipo de trabajo, contribuyendo a eliminar los rumores y malos entendidos.

El Manual de Procedimientos Interno, permitió establecer de manera escrita las acciones y responsabilidades del personal que allí labora, dentro de cada uno de los procedimientos de comunicación establecidos.

La capacitación en comunicación interna y organizacional, fue de gran ayuda para inducir al personal en la importancia de contar con un Manual de Procedimientos, que sirva como un documento base y consulta sobre las acciones que allí se realizan, así como un punto de partida para posibles mejoras.

El manual se entregó al director de Comunicación Social y al personal y recientemente se ha puesto a disposición de los estudiantes de nivel medio que realizan sus prácticas en esa dirección, como un documento introductorio para que conozcan las distintas funciones y procesos de comunicación institucional que allí se realizan.

6. Recomendaciones

A continuación se presentan las siguientes recomendaciones a la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República:

- Que se continúe con las acciones establecidas dentro del Plan de Comunicación Interno, para el fortalecimiento de la comunicación alcance los resultados esperados y que información siga fluyendo de manera oportuna y precisa por todo el personal de la Dirección.
- Mantener por parte de la Dirección una comunicación descendente constante y fluida hacia su personal a través de desayunos de trabajo y del boletín electrónico.
- Dar seguimiento al proceso de capacitación al equipo de trabajo en materia de redacción institucional, redes sociales y trabajo en equipo para fortalecer sus conocimientos y eficientar el desarrollo de sus funciones.
- Se sugiere establecer dentro de la Dirección de Comunicación una persona encargada de la comunicación interna, cuya función sea proporcionar al personal, información verás de cualquier cambio o nueva disposición.

7. Bibliografía

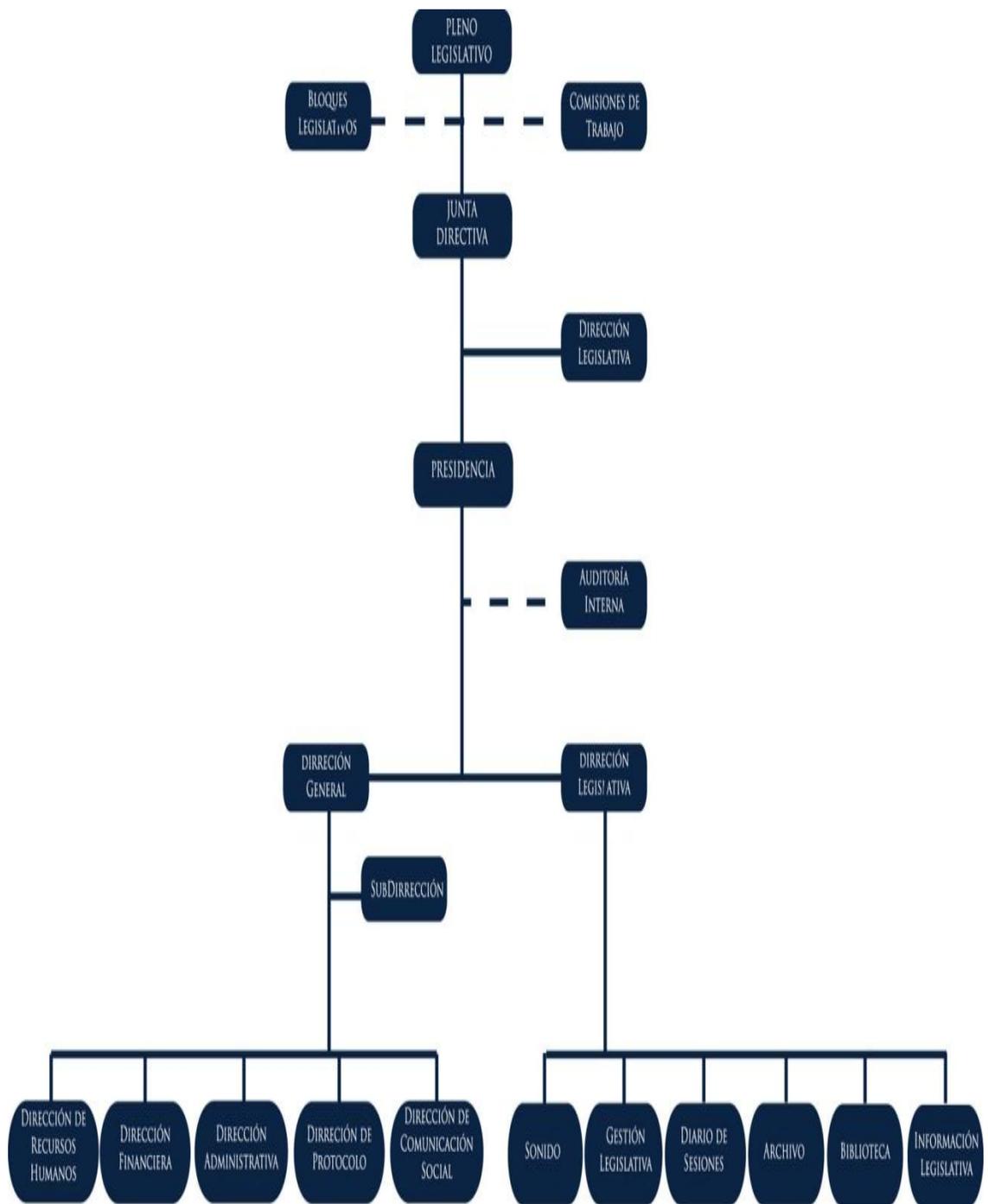
1. Avalos, Elizabeth, (2011). Diagnóstico sobre entrevistas y procesos de Comunicación del Congreso de la República, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo de Guatemala.
2. Morataya, Sergio, (2014) Fase Diagnostico, documento de apoyo EPS, Guatemala.
3. Charles, Mercedes, (1991) El Diagnóstico de Comunicación: Gestor del Cambio.
4. De Orosco, Nidia (2011). Automatización de Procesos Administrativos. Editorial Italprosa.
5. Bohlander, George y Scott Snell (2008). Administración de Recursos Humanos, 14 ed.
6. López García, Mario Efraim, (2012). Manual de Procedimientos Legislativos y Prácticas Parlamentarias.
7. Coco, Obed Fernando (2011). fortalecimiento de la comunicación Organizacional en el Instituto de Estudios Interétnicos de la USAC.

e-grafías

1. Página oficial del Congreso de la República, Manual de Procedimientos, departamento de organización y métodos 2013. www.congreso.gob.gt.
2. Página oficial del Congreso de la República, Manual de Funciones y Descripción puestos 2013 www.congreso.gob.gt
3. Página Oficial del Congreso de la República, Manual de Organización 2013 Dirección de Comunicación Social. www.congreso.gob.gt
4. Diccionario de la Real Academia Española www.rae.es

8. Anexos:

Organigrama del Congreso de la República de Guatemala



*Manual de organización 2013, página web Congreso de la República de Guatemala.

Supervisión EPS junio 2014



- 1) Visita del director de la Escuela de Comunicación social Julio Móreo y de la licenciada Floralba Pérez Folgar durante las prácticas del EPS en la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República.

Fuente: Elizabeth Linares

Junio 2014.



- 2) Julio Moreno Director de la ECC y compañeras del EPS en el Congreso de la República.

Fuente: Elizabet Linares

Junio 2014.



3) Fotografía con la Lic. Floralba Pérez Folgar durante la supervisión del EPS.
Fuente: Elizabeth Linares
Junio 2014.



4) Mostrando los avances del Manual de Procedimientos al Director Julio Moreno.
Fuente: Elizabeth Linares
Junio 2014.

Taller de Comunicación Organizacional

21 de julio 2014



- 5) Participación del Lic. Mario Recinos durante el taller de Comunicación organizacional
Fuente: Daniel Herrera
Julio 2014.



- Taller de Comunicación organizacional dentro del plan de comunicación interna.
Fuente: Daniel Herrera
Julio 2014.



- Personal de Comunicación Social del Congreso, participando en el taller dentro de mi EPS.
Fuente. Daniel Herrera
Julio 2014.



- Fernando Bolaños, Director de Comunicación Social del Congreso de la República, participando en el taller dentro de mi EPS.
Fuente: Daniel Herrera
Julio 2014.

Presentacion del Manual de Procedimientos Interno

21 de julio 2014



- Presentación del Manual de Procedimientos Interno
Fuente: Daniel Herrera
Julio 2014



- Presentación del Manual de Procedimientos Interno con la participación de Fernando Bolaños, Director de Comunicación Social

Fuente: Daniel Herrera

Julio 2014



- Descripción del Manual de Procedimientos Interno, para la Dirección de Comunicación Social.

Fuente: Daniel Herrera

Julio 2014.



- Entrega del Manual de Procedimientos Interno al Director de Comunicación Social, Fernando Bolaños.

Fuente. Daniel Herrera

Julio 2014



- Palabras del Director de Comunicación Social, Fernando Bolaños, respecto al Manual de Procedimientos interno, dentro de mi EPS en el Congreso.
- **Fuente: Daniel Herrera**
- **Julio 2014.**



- Cierre de la actividad y de mis prácticas dentro de la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República.

Fuente: Daniel Herrera

Julio 2014.
