

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

The seal of the University of San Carlos of Guatemala is a circular emblem. It features a central figure of a man in a blue tunic and yellow cape, holding a staff and a shield, standing on a white horse. Above him is a golden crown with a cross on top. To the left is a golden castle tower, and to the right is a golden lion rampant. The background is a light blue sky with a white cloud. The seal is surrounded by a grey border containing the Latin text "ACADEMIA CAROLINA CONSPICUA" at the top and "CETERAS QIBBS CONSPICUA CAROLINA ACADEMIA COACTEMMALENSIS INTER" at the bottom.

**ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA
COMUNICACIÓN INTERNA DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL
INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO, -INGUAT-**

BLANCA ELIZABETH DEL CID ISTUPE

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, Noviembre de 2015

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

**ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA
COMUNICACIÓN INTERNA DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL
INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO, -INGUAT-**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado - EPS- Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

BLANCA ELIZABETH DEL CID ISTUPE

Previo a optar el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, Noviembre de 2015

Consejo Directivo

Director

Lic. Julio Moreno Sebastián

Secretaria Administrativa

M.A. Claudia Molina

Representantes Docentes

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Victor Carillas Brán

Representantes de Egresados

Lic. Michael González Bátres

Representantes Estudiantiles

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León

Coordinador de EPS

Lic. Luis Pedroza Gaytán

Supervisor de EPS

Lic. Fernando I. Flores Barrios



Carta/Finiquito de EPS emitida por el jefe inmediato de la Institución



Guatemala, 21 de septiembre de 2015

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

Estimado Licenciado Pedroza:

Reciba un cordial saludo del Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT, esperando que sus actividades se desarrollen con éxito.

Por medio de la presente, hacemos constar que BLANCA ELIZABETH DEL CID ISTUPE, quién se identifica con DPI 1687 06687 0101 y número de carné 200811331 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y, previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta entidad específicamente, en la unidad de Comunicación Social cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica que comprendió del 04 de mayo al 17 de julio del año en curso.

Realizando durante el tiempo estipulado actividades en base al proyecto "Estrategias de Comunicación para el fortalecimiento de la comunicación interna de la unidad de Comunicación Social del Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT", todo con el material comunicacional respectivo debidamente entregado y recibido por INGUAT. Por lo cual manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo de la epesista.

En tal virtud, extendemos la presente CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA.

Atentamente,


Marco Tulio Rodas

Jefe de la Unidad de Diseño Editorial
INGUAT



7a. Avenida 1-17 Zona 4 Centro Cívico, Guatemala • PBX: (502) 2421-2800 • www.visitguatemala.com

www.guatemala.gov.gt



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

Guatemala, 23 de octubre de 2015

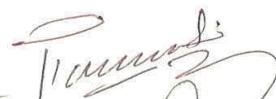
Estudiante
Blanca Elizabeth Del Cid Istupe
Carné: 200811331
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

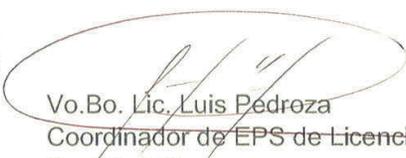
Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS de Licenciatura con título: "ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO, INGUAT".

El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Fernando Flores Barrios
Supervisor de EPS Licenciatura




Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza
Coordinador de EPS de Licenciatura
Sección "A"



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org

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

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

A Dios

Por ser el dueño y creador de mi vida; porque su bendición y gracia han estado en cada etapa de mi vida, permitiéndome culminar esta faceta.

La honra y gloria sea a Él.

A mis Padres

Blanca Aida y Baudilio, sin la unión de su amor, no estaría hoy aquí.

Papi, gracias por dar todo lo mejor de ti para sacar a tus hijos adelante y darnos la mejor herencia “los estudios”.

Mami, gracias por tu dedicación, entrega y amor incondicional en cada momento, gracias por dedicar tu vida a tus hijos.

A mis Hermanos:

Claudia, Gerber y Abigaíl, gracias por su cariño y consejos.

A mi Esposo:

Edwin Rolando, gracias amor por la motivación y apoyo para concluir con esta faceta

A mis amigos y compañeros

A los universitarios, del trabajo e iglesia, gracias por su apoyo y cariño.

ÍNDICE

RESUMEN.....	IX
INTRODUCCIÓN.....	XI
JUSTIFICACIÓN	XII
CAPITULO I	1
1 DIAGNÓSTICO.....	1
1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	1
1.1.1 Objetivo General	1
1.1.2 Objetivos Específicos	1
1.2 LA INSTITUCIÓN	1
1.2.1 Ubicación Geográfica	1
1.2.2 Integración y Alianzas estratégicas.....	1
1.2.3 Antecedentes o Historia	2
1.2.4 Departamentos y Dependencias	4
1.2.5 Misión	4
1.2.6 Visión	4
1.2.7 Objetivos Institucionales	4
1.2.8 Público Objetivo	8
1.2.9 Organigrama.....	8
1.3 METODOLOGÍA	9
1.3.1 Descripción del Método	9
1.3.1.3 Instrumento de la Investigación.....	9
1.3.2 Técnicas e Instrumentos de Recolección.....	9
1.3.2.1 Observación:	9

1.3.2.2 Entrevista de profundidad	10
1.3 Cronograma del Diagnóstico	10
1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS.....	11
1.4.1 Ficha de Entrevistas	11
1.4.1 Resultado de las entrevistas	12
1.4.3 Tabla Comparativa	17
1.5 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA COMUNICACIONAL.....	18
1.5.1 Fortalezas	18
1.5.2 Oportunidades.....	18
1.5.3 Debilidades	18
1.5.4 Amenazas	18
CAPITULO II	19
2 PLAN DE COMUNICACIÓN	19
2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES	19
2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....	19
2.2.1 Objetivo General	19
2.2.2 Objetivos Específicos	19
2.3 PÚBLICO OBJETIVO.....	20
2.4 MENSAJE	20
2.5 ESTRATEGIAS.....	20
2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN	20
CAPITULO III	22
3 INFORME DE EJECUCIÓN.....	22
3.1 PROYECTO DESARROLLADO	22
3.1.1 Financiamiento.....	22

3.1.2	Presupuesto.....	23
3.1.3	Beneficiarios	23
3.1.4	Recursos Humanos	24
3.1.5	Áreas Geográficas de Acción.....	24
3.2	ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS	25
3.2.1	Estrategia 1: Fortalecer la comunicación interna de la Unidad de Comunicación Social del Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT.	25
3.2.2	Acciones.....	25
3.2.2	Estrategia 2: Fortalecer la presencia de imagen institucional a través de los videos informativos que realiza la unidad de Comunicación Social.	27
3.2.3	Acciones.....	27
	El video de esta nota puede encontrarlo en youtube con el nombre: 1er <i>DIPLOMADO EN PERIODISMO TURISTICO 2015 en el canal de Comunicación Inguat.</i>	30
3.3	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	31
3.4	CONTROL Y SEGUIMIENTO	31
	CONCLUSIONES.....	35
	RECOMENDACIONES.....	36
	GLOSARIO DE TÉRMINOS	37
	BIBLIOGRAFÍA.....	42
	EGRAFÍA.....	43
	ANEXOS.....	44
	Transcripción de entrevistas	44
	Modelo de la Entrevista	54
	Fotografías	55
	Manual de Atribuciones	61

RESUMEN

Nombre de la Institución:

Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT.

Nombre del Proyecto:

Estrategias de Comunicación para el Fortalecimiento de la Comunicación Interna de la Unidad de Comunicación Social del Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT.

Objetivos del Proyecto

General:

Implementar estrategias para fortalecer la comunicación interna de la Unidad de Comunicación Social del Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT

Específicos:

1. Fortalecer la comunicación interna de la Unidad de Comunicación Social del Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT.
2. Fortalecer la presencia de imagen institucional a través de los videos informativos que realiza la unidad de Comunicación Social.

Sinopsis:

Luego de un diagnóstico comunicacional en la unidad de Comunicación Social del INGUAT, se elaboró un Plan de Ejecución, que permitió plantear dos estrategias para fortalecer la comunicación interna de dicha unidad de trabajo. Esto fue realizado en el lapso de las horas prácticas del Ejercicio Profesional Supervisado, EPS de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, el cual permitió entregar un Plan de Atribuciones de Comunicación Social de INGUAT, así como fortalecer la

presencia de imagen institucional a través de la implementación de un cubo para micrófono de entrevistas que realiza la unidad, cuyos videos son colocados en el portal de youtube.

INTRODUCCIÓN

Sin lugar a duda la comunicación es un tema fundamental en el que hacer de los humanos. Día a día los guatemaltecos se interesan en conocer a cerca de lo que sucede a su alrededor, a través los diferentes medios de comunicación, televisión, radio, escrito y digital.

Detrás de cada noticia o información, hay alguien que desea comunicar determinado mensaje, es por ello que la comunicación obtiene un importante auge en el contexto organizacional. Actualmente la comunicación ha evolucionado a pasos agigantados al lado de la tecnología, por lo que el saber transmitir un mensaje, incide en la percepción que el público tendrá sobre una institución o empresa.

Con el objetivo de aportar a Guatemala, comunicadores en el grado de licenciatura, la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala en el presente año, ofrece una oportunidad a los estudiantes que por diferentes razones no han culminado la carrera. Esto fue posible a través del Ejercicio Profesional Supervisado, EPS, en su sitio de trabajo; convirtiéndose en una oportunidad para futuros comunicadores.

Luego de pasar por varias etapas como la propedéutica, diagnóstico comunicacional, plan de trabajo, ejecución de estrategias, los comunicadores aportaron proyectos de beneficio al fortalecimiento comunicacional de la entidad en donde realizaron su EPS.

En las siguientes páginas encontrará el informe final que contiene “Estrategias para el Fortalecimiento de la Comunicación Interna de la unidad de Comunicación Social del Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT)”.

JUSTIFICACIÓN

El Ejercicio Profesional Supervisado, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, permite fortalecer el aspecto comunicacional en las entidades gubernamentales y privadas en el área de comunicación, por medio de los estudiantes epesistas.

El EPS, permitió indagar la manera en que se encontraba la situación interna de la unidad de comunicación social del Instituto Guatemalteco de Turismo, permitiendo detectar las principales necesidades a atender y sobre todo, implementar estrategias de trabajo en dicho lugar, que permitieron el fortalecimiento de la comunicación interna de dicha unidad de trabajo en el INGUAT.

Con el presente trabajo, se busca contribuir con los futuros comunicadores, para ser un antecedente de consulta sobre las mejoras que en este momento fueron implementadas en la unidad de comunicación social del Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT.

CAPITULO I

1 DIAGNÓSTICO

Diagnóstico Comunicacional interno de la unidad de Comunicación Social del Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT.

1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1 Objetivo General

Diagnosticar la situación comunicacional interna de la unidad de Comunicación Social, del Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT.

1.1.2 Objetivos Específicos

1. Conocer las funciones de los colaboradores de la unidad de comunicación social del INGUAT.
2. Detallar las fortalezas y debilidades de la unidad de comunicación social de INGUAT.
3. Determinar la principal necesidad de la unidad de comunicación social del Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT.
4. Proponer un plan para solucionar la necesidad encontrada en el diagnóstico de comunicación interno.

1.2 LA INSTITUCIÓN

1.2.1 Ubicación Geográfica

Su edificio central está en la 7ma avenida 1-17, zona cuatro, Centro Cívico, Ciudad de Guatemala.

1.2.2 Integración y Alianzas estratégicas

El INGUAT cuenta con alianzas estratégicas y trabaja de la mano con institucionales nacionales e internacionales. (2012, Política Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible 2012-2022).

En Guatemala trabaja de la mano con la Asociación Guatemalteca de Exportadores, AGEXPORT; Cámara Guatemalteca de Turismo, CAMTUR, Buró de Convenciones de Guatemala, Asociación Organizadora de Congresos y Convenciones, OCCAF (por sus siglas en inglés), también con el Programa Nacional de Competitividad, PRONACOM, por mencionar algunas. Fuera de las fronteras guatemaltecas, trabaja con el Consejo Centroamericano de Turismo, CCT; la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica, CATA (por sus siglas en inglés) ambos dependientes del Sistema de Integración de Centroamérica, SICA. También forma parte de la Asociación de Estados Americanos y del Caribe, AEC. Pertenecer a estas organizaciones busca alcanzar el objetivo principal de la entidad, fomentar el turismo al país.

1.2.3 Antecedentes o Historia

El Instituto Guatemalteco de Turismo fue creado como una entidad estatal descentralizada, con personalidad jurídica y patrimonio propio, según Decreto 1701 del Congreso de la República publicado en el Diario Oficial el 6 de octubre de 1967.

No obstante, los orígenes de la institución rectora del turismo en Guatemala deben situarse en los primeros años de la tercera década del siglo XX, exactamente el 27 de octubre de 1932, cuando se creó la Sección de Turismo, al segundo año de gobierno del general Jorge Ubico, situada en el Hotel Palace, en el centro de esta ciudad capital, fue inaugurada con la llegada al país de primer grupo organizado de turistas.

En 1944, durante el período presidencial del doctor Juan José Arévalo, la Oficina de Turismo se encontraba ubicada en el Palacio Nacional y el 12 de diciembre de 1952, el Decreto Gubernativo No. 861 creó oficialmente la Oficina Nacional de Turismo, bajo el régimen presidencial de Jacobo Arbenz Guzmán, la cual estuvo situada en la 6a. Avenida entre 10 y 11 calles de la zona 1. Luego fue trasladada a la 11 calle entre 4a. y 5a. Avenida de la

Zona 1 en un edificio perteneciente a la Familia Herrera, lugar en donde permaneció de 3 a 5 años. A mediados de 1954, la Oficina es trasladada hacia la 6a. Avenida 5-34, zona 1.

En octubre de 1961, mediante Decreto No. 1497 del Congreso de la República, pasó a ser el Centro Guatemalteco de Turismo, bajo la dirección del señor Roberto Bianchi Rosales, quién asumió el 1º de 15 diciembre de 1961. Le sucedió en abril de 1962 el Sr. Alberto Urrutia Aparicio, luego el Sr. José Miguel Collado Morales en junio de 1962, posteriormente la Sra. Lucy W. de Sturgill a partir de julio de 1964, finalmente en agosto de 1964, el Coronel Ricardo Antonio Porrás Figueroa. En esta nueva institución se planificarían y materializarían dos de los logros más trascendentales para el futuro de la actividad turística del país. El primero de ellos se concretó en octubre de 1967, bajo la administración de quien sería el último gerente del Centro Guatemalteco de Turismo coronel Ricardo Antonio Porrás Figueroa, logro que consistió en la fundación del Instituto Guatemalteco de Turismo, constituyéndose así en el primer director de dicha institución.

El segundo de tales logros se materializa en la idea de construir un edificio que albergará y centralizará la labor administrativa de la actividad turística proyecto que finalmente se llevó a cabo en agosto de 1973, al ser aprobado por el gobierno del general Carlos Arana Osorio y estando en la Dirección del Instituto el señor Jorge Senn Bonilla, quién ocupó el cargo durante siete años de 1972 a 1979.

Los trabajos de construcción del edificio se iniciaron en abril de 1974, luego que el programa de inversión fue conocido y aprobado por el Consejo Nacional de Planificación Económica, tomando en consideración el incremento del movimiento turístico, así como su carácter autofinanciable.

Por otro lado, durante dicha década se crearon centros culturales de importancia como el Museo de Estanduela en Zacapa, se habilitó el de La Democracia en Escuintla, se organizaron los dos primeros seminarios de

turismo a nivel de las municipalidades del país, se fundó el Mercado de Artesanías, se creó la infraestructura turística del Cerro del Baúl en Quezaltenango, se invirtieron grandes sumas de dinero en el rescate y conservación de la Antigua Guatemala. (2011, Manual de Bienvenida).

1.2.4 Departamentos y Dependencias

El Instituto Guatemalteco de Turismo está dividido administrativamente en tres grandes áreas: División Administrativa, División de Mercadeo y División de Desarrollo del Producto.

La unidad de comunicación, pertenece a la División de Mercadeo y está vinculado directamente con las actividades que se desarrollen por la Dirección y Subdirección.

1.2.5 Misión

Liderar el posicionamiento de Guatemala como destino turístico competitivo a nivel nacional e internacional, aprovechando sus ventajas comparativas, para contribuir al desarrollo turístico sostenible del país.

1.2.6 Visión

El Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT, es el ente rector y facilitador que promueve y fomenta el desarrollo turístico sostenible de Guatemala, a nivel nacional e internacional, por medio de la coordinación entre los sectores público, privado y sociedad civil.

1.2.7 Objetivos Institucionales

Su principal objetivo es fomentar y promocionar el turismo interno y receptivo, así como dar a conocer al mundo, las bellezas naturales, culturales, históricas y arqueológicas de Guatemala, Corazón del Mundo Maya.

a) Determinar cuáles son los lugares de atracción turística en el territorio nacional, con el objeto de evaluarlos y desarrollarlos, según su importancia, con apego a las prioridades previamente establecidas;

b) Cooperar con las instituciones encargadas del mantenimiento, conservación, exhibición, restauración y conocimiento de nuestros tesoros arqueológicos, históricos y artísticos, aportando cuanto sea necesario para que, sin menoscabo de su integridad y pureza, dicha riqueza pueda aprovecharse en los planes de desarrollo turístico;

c) Elaborar un plan de turismo interno, que permita un mejor conocimiento entre los guatemaltecos, como miembro de la comunidad nacional, a la vez que les depare la oportunidad de apreciar las manifestaciones de la cultura de las distintas regiones y la belleza de sus paisajes;

d) Fomentar las industrias y artesanías típicas, colaborando en su desarrollo, promoviendo la apertura de nuevos mercados nacionales e internacionales, proporcionándoles informaciones que puedan beneficiar el mejoramiento de sus productos y aplicando los medios publicitarios de que disponga, para lograr una mayor demanda de los mismos;

e) Habilitar playas, jardines, parques, fuentes de aguas medicinales y centros de recreación con sus fondos propios; y colaborar con las municipalidades respectivas, en la dotación de los servicios esenciales, y en el embellecimiento y ornamentación de los mismos, cuando tales zonas estén bajo su custodia;

f) Construir hoteles o albergues, responsabilizándose en todo caso, de que tales construcciones respondan a las necesidades del turismo nacional, en cuanto a su funcionalidad y belleza y procurando que la arquitectura de dichas construcciones esté en consonancia con el ambiente, uso y tradiciones de la zona. Dichas edificaciones, cuando sean hechas por cuenta propia, deben ser entregadas para su explotación a personas

idóneas, en el sentido que se considere conveniente a los intereses de la Nación y especialmente al incremento del turismo;

g) Divulgar las propiedades terapéuticas de las fuentes de aguas medicinales despertando el interés de los guatemaltecos y extranjeros por aprovecharlas;

h) Organizar o colaborar en la celebración de ferias internacionales, nacionales, departamentales y locales; festivales folklóricos y ceremonias tradicionales;

i) Divulgar los programas religiosos de los más venerados santuarios de la República y las fechas de las solemnidades más importantes;

j) Disponer la construcción de aeródromos y vías de acceso a los lugares de interés turístico; y gestionar su ejecución ante el Ministerio de Comunicaciones y Obras Públicas;

k) Emitir, previa opinión favorable de la Junta monetaria, del Ministerio Público y llenando los requisitos que establecen las leyes, bonos de turismo para la construcción de obras autofinanciables, tales como hoteles, moteles, turicentros, funiculares y otras obras que tiendan a incrementar el turismo;

l) Colaborar con el Instituto de Recreación de los Trabajadores en la organización de sistemas de turismo obrero, y con los establecimientos de enseñanza, en la promoción del turismo escolar, para los cuales el INGUAT, de común acuerdo con los propietarios o arrendatarios de hoteles, debe fijar tarifas especiales en temporadas apropiadas, que permitan el fácil conocimiento de las diferentes zonas turísticas al mayor número de personas de escasos recursos;

m) Fundar por cuenta propia y con la ayuda de las universidades, una escuela de turismo, en colaboración con las entidades interesadas en esta materia; abrir centros de capacitación y de adiestramiento para el personal

al servicio del turismo y otorgar becas para que los guatemaltecos que se distinguen o tengan vocación, puedan asistir a escuelas del extranjero con iguales fines;

n) Orientar la organización y funcionamiento de las asociaciones, comités y otras entidades que se constituyan con fines de promoción turística;

o) Inscribir, clasificar e inspeccionar el funcionamiento de las empresas turísticas, para que puedan operar en el país;

p) Autorizar, de acuerdo con la clasificación por categorías, previamente establecida por el INGUAT, las tarifas máximas de los hoteles, moteles, pensiones, autobuses y taxis dedicados al turismo, y controlar la observancia de las mismas. La clasificación podrá ser revisada, a solicitud de parte, tomándose en cuenta todas las circunstancias, en cada caso;

q) Formar y mantener actualizado, bajo su más estricta responsabilidad, el inventario turístico del país;

r) Proporcionar toda la información que se le solicite, sobre lugares, servicios y cualquier objetivo turístico;

s) Imprimir el mapa vial de Guatemala, buscando su mejor presentación y calidad, y actualizarlo cada año; editar folletos y guías que contengan información sobre todos los asuntos de interés que se mencionan en el inciso anterior;

t) Empezar periódicamente campañas publicitarias dirigidas al turismo interior, a fin de que durante los períodos de vacaciones, los guatemaltecos visiten los centros de recreación del país;

u) Imponer las sanciones correspondientes a las personas que infrinjan esta ley o sus reglamentos;

w) Solicitar al Ejecutivo que se entreguen las zonas turísticas a su custodia;

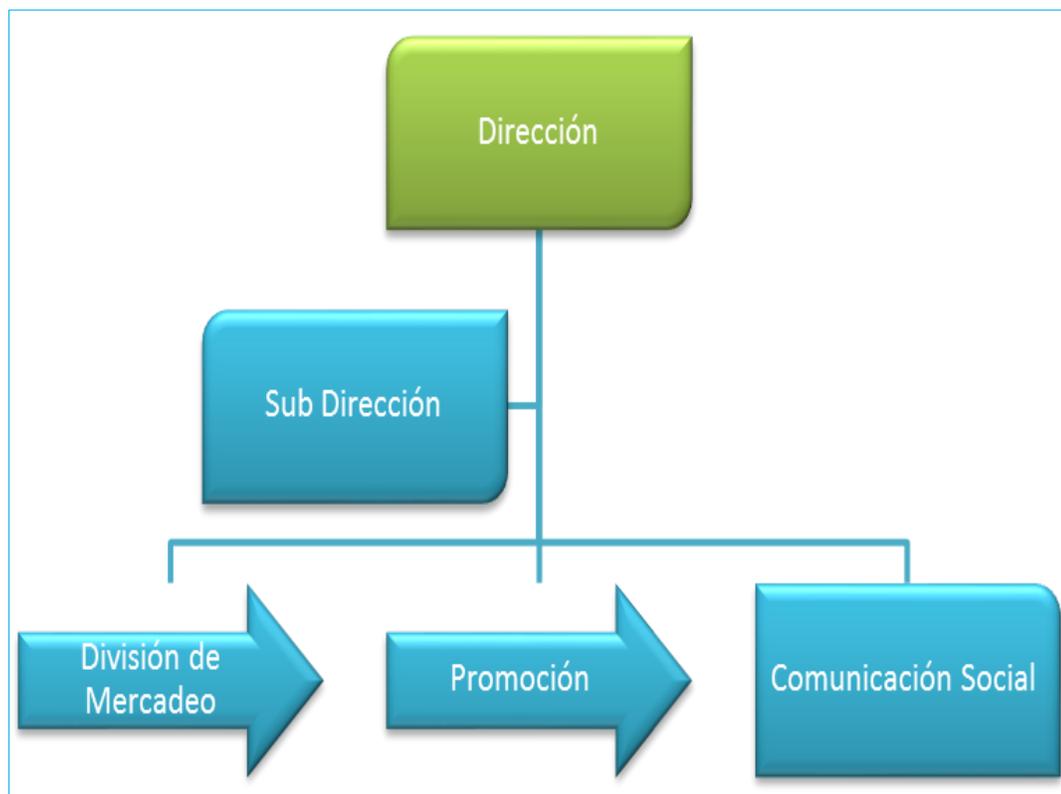
x) Organizar con las entidades encargadas, o especializadas, partidas de caza y pesca, en lugares turísticos, empeñándose en crear temporadas y competencias;

y) Fomentar por todos los medios a su alcance, el turismo interior y receptivo. (Ley Orgánica, INGUAT)

1.2.8 Público Objetivo

La unidad de Comunicación Social, está compuesta por cinco colaboradores que trabajan en esa sección, por lo que directamente se afectará al personal que la compone e indirectamente a la división de Mercadeo a la cual está ligada la unidad.

1.2.9 Organigrama



Organigrama funcional actual de INGUAT.

1.3 METODOLOGÍA

1.3.1 Descripción del Método

1.3.1.2 Método Inductivo: “Es un proceso en el que, a partir del estudio de casos particulares, se obtienen conclusiones o leyes universales que explican o relacionan los fenómenos estudiados”. (Ernesto A. Rodríguez Moguel, 2005). A partir de esta conceptualización, se aplicó la metodología de la observación y entrevistas para conocer el punto de vista de los individuos y determinar cómo está funcionando la unidad de comunicación, objeto del presente diagnóstico.

1.3.1.3 Instrumento de la Investigación

Son las herramientas que se utilizan para recopilar y obtener la información que utilizará en la elaboración del diagnóstico. (Aracely Mérida, Guía para elaborar y presentar la Monografía, 2010).

Como base del método inductivo, se utilizó la observación directa, para conocer el funcionamiento de la unidad de comunicación social del Instituto Guatemalteco de Turismo.

Se empleó una entrevista a profundidad, con la finalidad de obtener información fidedigna y determinar las fallas en comunicación que afectan a los colaboradores de la unidad de comunicación social del INGUAT.

Luego de realizar las entrevistas, se procedió a transcribir las mismas y analizar las respuestas obtenidas.

1.3.2 Técnicas e Instrumentos de Recolección

1.3.2.1 Observación: El método inductivo utiliza la observación directa de los fenómenos, la experimentación y el estudio de las relaciones que existen entre ellos. (Ernesto A. Rodríguez Moguel, 2005). Es por ello que a través de la observación directa, se puede conocer el funcionamiento del

objeto a diagnosticar, en este caso, la unidad de comunicación social de INGUAT.

1.3.2.2 Entrevista de profundidad: Técnica de obtención de información, mediante una conversación profesional con una o varias personas para un estudio analítico de investigación o para contribuir en los diagnósticos o tratamientos sociales. (Ruiz Olabuénaga, 2007)”. Por lo anterior, esta técnica permite conocer la opinión de los entrevistados. A través de preguntas básicas, por medio de una interacción cara a cara, se puede recolectar información sobre el tema a diagnosticar.

1.3 Cronograma del Diagnóstico

ACTIVIDAD	ENERO				FEBRERO				MARZO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Preinscripción a EPS												
Reunión informativa de EPS												
Primera etapa Propedéutica de Diagnóstico												
Etapa de Construcción de Diagnostico. Solicitud a Institución.												
Etapa de Construcción de Diagnostico. Observación del funcionamiento de la unidad.												
Etapa de Construcción de Diagnostico. Aplicación de entrevistas.												
Etapa de Construcción de Diagnostico. Recopilación de datos, realización de trabajo final.												
Entrega de Informe												

1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS

1.4.1 Ficha de Entrevistas

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado, EPS.



Preguntas

1. ¿Cuáles son tus funciones dentro de la Unidad de Comunicación Social del INGUAT?
2. ¿Conocía usted parte del trabajo que realizaría al ingresar a laborar en la unidad de Comunicación Social?
3. ¿Cuáles considera que son los problemas de comunicación que existen en la unidad que labora? (Ejemplo.: falta de información, equipo, coordinación, etc?)
4. ¿Cuáles son las fortalezas que existen en el área comunicacional de su unidad?
5. ¿De qué manera se comunica con sus compañeros sobre las actividades que realiza la unidad de Comunicación Social?
6. ¿Cuáles son los canales de comunicación que considera efectivos a implementar en su unidad?
7. ¿Cómo califica el ambiente laboral en donde trabaja (la unidad de comunicación social)?
8. ¿Cómo considera que influye la adecuada comunicación en el trabajo que desempeña la Unidad de Comunicación Social?

1.4.1 Resultado de las entrevistas

1.4.2.1 Entrevistado: Patricia Letona.

Fecha: 16 de febrero de 2015.

Hora: 10: 00 am

Objetivo: Conocer el funcionamiento de la Unidad de Comunicación.

Resultado de la entrevistas:

La unidad de comunicación es relativamente pequeña, pero se trabaja en equipo. Está compuesta por un total de 5 personas. Hay un fotógrafo-productor; encargada de atención a medios, y asistente de producción y comunicación, asistente administrativa y la jefatura.

Por ser la unidad de comunicación, las diferentes unidades, secciones y departamentos, solicitan apoyo en promocionar, anunciar información relacionada a su trabajo.

Entre los aspectos a mejorar está mejorar la imagen institucional para las notas en formato televisivo.

1.4.2.2 Entrevistado: Adrián Ramos

Fecha: 16 de febrero de 2015.

Hora: 3:00 pm

Objetivo: Conocer a cerca del trabajo de producción y la principal necesidad en comunicación.

Resultado de la entrevistas:

En el área de producción está el trabajo de la toma de fotografías y documentación audiovisual, a través del cual queda evidencia del que hacer de la institución.

Actualmente solo se cuenta con una cámara fotográfica y una de video.

Se mantiene una constante comunicación con los compañeros a través de reuniones, mensajes por whatsapp, correos. Ve oportuno que se tenga un calendario de actividades de la semana, a manera que todos lo vean y puedan recordar lo que se viene.

1.4.2.3 Entrevistado: Elizabeth Del Cid

Fecha: 20 de febrero de 2015.

Hora: 8:00 am

Objetivo: Conocer sobre el trabajo de atención a medios y relaciones públicas de la unidad de comunicación.

Resultado: es la persona encargada de apoyar a la jefatura de la sección en la redacción y envío de comunicados para prensa, relacionados a la institución.

Atender las solicitudes de información que realicen los periodistas. Gestionar entrevistas. Mantener actualizado el portal web de la entidad, así como contribuir a la alimentación de las redes sociales institucionales (Facebook y Twitter).

Se realizan entrevistas y notas en formato televisivo, para compartirlas en el canal de Youtube y compartirlo con los medios. En este tema, hace falta la identificación de imagen institucional en el micrófono.

1.4.2.4 Entrevistado: Flor Camey.

Fecha: 17 de febrero de 2015.

Hora: 9:00 am

Objetivo: Conocer sobre el trabajo de asistencia a producción y comunicación.

Resultado de la entrevista: Apoyo en toma de fotografías. Depuración y orden de monitoreo diario digital y físico.

Entre las principales solicitudes que reciben vía telefónica y por correo electrónico, es la solicitud de fotografías de determinado tema; tiene algunas almacenadas y guardadas en un disco duro.

En cada actividad que se realiza, se toman fotografías y se comparten en un drive con los medios.

En un principio desconocía las atribuciones específicas del puesto, por lo que considera oportuno tener un documento que tenga las funciones de trabajo de cada uno, para tenerlo en mente.

1.4.2.5 Entrevistado: Gabriela González.

Fecha: 18 de febrero de 2015.

Hora: 11:30 am

Objetivo: Conocer sobre el trabajo de asistencia administrativa a la unidad de comunicación.

Resultado de la entrevista: como asistente administrativa, realiza las gestiones relacionadas con pago a proveedores, adquisición de instrumentos, solicitud de herramientas, entre otros.

También es la encargada que mensualmente hace una evaluación de los avances en el Plan Operativo Anual, (POA). El cual únicamente se compone por 4 aristas:

- Monitoreo o Monitorizar.**
- Publicaciones.**
- Suscripciones.**

1.4.3 Tabla Comparativa

	Puntos de encuentro	Disensos
Patricia	<p>La oficina de comunicación es fundamental para la imagen de INGUAT.</p> <p>Se trabaja en equipo</p>	<p>Todos deben tener claro que se trabaja por y para una institución las autoridades que están a cargo.</p>
Adrián	<p>El área de producción, contribuye a documentar lo que realiza el INGUAT.</p> <p>Se trabaja en equipo.</p>	<p>Todos deben de saber manejar la cámara fotográfica y de video, no solo una persona.</p>
Elizabeth	<p>La relación con los medios de comunicación, permite informar sobre lo que hace la institución.</p> <p>La creación de contenidos es básica.</p>	<p>Se debe establecer una imagen de INGUAT como un medio o fuente informativa.</p>
Flor	<p>A través del monitoreo, se puede conocer la efectividad de los comunicados emitidos.</p> <p>Se trabaja en equipo.</p>	<p>Desconocía en un principio sobre las funciones específicas que realizaría.</p>
Gabriela	<p>Cada persona con sus atribuciones complementa el que hacer de la unidad de comunicación.</p>	<p>Hace falta presupuesto.</p>

1.5 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA COMUNICACIONAL

1.5.1 Fortalezas

- Creación de contenidos de interés en el ámbito turístico.
- Constante comunicación con los medios.
- Preparación profesionales de los integrantes de la unidad de comunicación

1.5.2 Oportunidades

- Innovación en la comunicación a través de capacitaciones.
- Interacción con los medios de comunicación a través de redes sociales y correo.
- Difusión de contenidos multimedia a través de redes.

1.5.3 Debilidades

- Monitorizar de medios, puede mejorar presentación.
- Carencia de plan de crisis comunicacional.
- Falta de equipo de documentación visual, que permita promocionar los sitios turísticos y el que hacer de la entidad.

1.5.4 Amenazas

- La inseguridad es un tema que afecta al sector turístico.
- Desastres naturales que afectan sitios de interés turístico e inciden en la reputación del país.
- Falta de presupuesto.

CAPITULO II

2 PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

Del 2012 a la fecha, la unidad de comunicación social, ha contado con el mínimo de colaboradores que se desempeñan en esa unidad de trabajo.

En el año 2014, se contó con el apoyo de una estudiante epesista de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos, quien trabajó en el tema de un mapeo de medios.

Dicho trabajo contribuyó a detallar los medios de comunicación que en ese momento cubrían la fuente de información del Instituto Guatemalteco de Turismo.

2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1 Objetivo General

Crear un plan de comunicación que contribuya al fortalecimiento de la Comunicación Interna de la Unidad de Comunicación Social del Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT).

2.2.2 Objetivos Específicos

1. Orientar a los integrantes de la unidad de Comunicación Social sobre sus funciones como colaboradores de dicha para alcanzar los objetivos de la institución.
2. Optimizar la imagen de INGUAT como fuente de información para las noticias en formato televisivo que se trasladan a los medios de comunicación a través del canal de youtube.

2.3 PÚBLICO OBJETIVO

El plan va dirigido directamente a los trabajadores de la unidad de comunicación social.

Así mismo incide en los departamentos que trabajan directamente con Comunicación Social, como Mercado, Dirección y Sub Dirección.

2.4 MENSAJE

Transmitir a los trabajadores de comunicación social de INGUAT, la importancia de conocer sus funciones, como parte de la institución rectora del turismo.

2.5 ESTRATEGIAS

1. Organizar un documento de descripción de puestos de la Unidad de Comunicación Social.
2. Crear un cubo de imagen institucional para el micrófono de las entrevistas en formato televisivo INGUAT.

2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN

1. *Organizar un documento de descripción de puestos de la unidad de comunicación social.*

Este documento es un “Manual de Puestos” que contemplará las funciones, actividades responsables de cada una de las personas que integran la Unidad de Comunicación Social.

Se estima que cada manual tendrá un margen de hojas entre 10 a 15 páginas.

Se entregará una copia a los trabajadores, toda vez sea aprobado así como a los jefes inmediatos del público objetivo (Mercadeo, Dirección y Sub Dirección) y también se entregará uno a Recursos Humanos.

Para el anterior documento, ya se cuenta con las funciones de cada miembro de la unidad de comunicación social, por lo que se colocará en un formato agradable a la vista y fácil de comprender, para que cada colaborador lo tenga a la mano y pueda trasladarse a las personas que en un futuro ocupen esos puestos.

2. Diseño y creación del cubo de imagen institucional para el micrófono de entrevistas en formato televisivo INGUAT.

Se realizará un cubo de material de pvc, el cual permitirá identificar a la institución, en las entrevistas que se realicen a las autoridades de INGUAT.

El cubo será colocado al micrófono inalámbrico con el que cuenta ya dicha unidad.

Este cono o cubo, es el que normalmente utilizan los medios de comunicación, para identificarse como tal.

Será hecho a base de pvc.

CAPITULO III

3 INFORME DE EJECUCIÓN

3.1 PROYECTO DESARROLLADO

Estrategias de Comunicación para el fortalecimiento de la Comunicación Interna de la Unidad de la unidad de Comunicación Social del Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT.

3.1.1 Financiamiento

El financiamiento de los productos realizados, provinieron del bolsillo de la epesista, derivado a que no se cuenta con un renglón presupuestario dentro de la Sección de Comunicación Social para los proyectos planteados.

Apoyo de la unidad de diseño en el tema relacionado a la creación de imagen, estilo y diseño. Además se utilizó el equipo de cámara de video y edición para realizar un video institucional que no tuvo ningún consto.

3.1.2 Presupuesto

Cantidad	Actividad o Material	Costo
1	Uso de computadora (Depreciación)	Q100.00
4	Impresión del plan	Q50.00
1	Realización de Cubo de material de PVC	Q160.00
1	Impresión del Cubo para micrófono inalámbrico	Q20.00
1	Esponja para micrófono inalámbrico	Q10.00
1	Asesoría en diseñador para el Manual de Atribuciones y cubo	Q800.00
1	Impresión de Manual de Atribuciones (Prueba 1)	Q20.00
2	Impresión a colores Manual de atribuciones	Q116.00
1	Asesoría de Epesista (Durante 3 meses)	Q18,000.00
	Total	Q19,276.00

3.1.3 Beneficiarios

Los beneficiarios directos de los proyectos realizados como parte del EPS, fueron los trabajadores de la sección de comunicación social.

Indirectamente a la División de Mercadeo y público en general.

3.1.4 Recursos Humanos

Nombre	Puesto	Actividad
Marco Tulio Rodas	Jefe Inmediato (Jefe de Diseño y Editorial)	Asesoramiento en el EPS.
Eduardo Martínez	Diseñador	Asesoramiento en Diseño.
Adrián Ramos	Fotógrafo	Apoyo en fotografía y diseño
Olga de Vasquez	Encargada de Selección de Personal, RRHH	Apoyo en realización del EPS.
Blanca Del Cid	Epesista	Puesta en marcha de Plan de Comunicación.
Estudiantes de Diplomado en especialización en turismo	Periodistas	Video Final realizado

3.1.5 Áreas Geográficas de Acción

7ma avenida 1-17, zona 4. Centro Cívico, Ciudad de Guatemala.



3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

3.2.1 Estrategia 1: Fortalecer la comunicación interna de la Unidad de Comunicación Social del Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT.

3.2.2 Acciones

Organizar un documento de descripción de atribuciones de la Unidad de Comunicación Social.

Para ello se recopiló información relacionada a los puestos que cada colaborador realiza en la unidad. Este documento es un “Manual de Atribuciones” que contempla las funciones, actividades responsables de cada una de las personas que integran la Unidad de Comunicación Social.

El manual contiene una propuesta de la estructura que debería haber dentro de la Unidad de Comunicación Social del INGUAT, debido al poco personal con el que cuenta esa sección. Ante el inminente cambio de gobierno, esta sección se hizo para recomendar la ampliación del personal en la unidad y que exista un mejor desempeño en la labor que se realiza.

Finalmente el manual quedó cómo una propuesta, por lo que se entregaron 2 ejemplares, uno para la Jefatura de la Unidad y otro para Recursos Humanos, esto se debe al inminente cambio de autoridades gubernamentales, queda a discreción la impresión y difusión del mismo.



Portada y contraportada del Manual de atribuciones, realizado como parte de las estrategias comunicacionales del EPS de la Escuelas de Ciencias de la Comunicación en el INGUAT.



Entrega de Manual de Atribuciones a jefatura inmediata, como una propuesta para ser implementada con las próximas autoridades gubernamentales en la unidad de Comunicación Social de INGUAT

3.2.2 Estrategia 2: Fortalecer la presencia de imagen institucional a través de los videos informativos que realiza la unidad de Comunicación Social.

3.2.3 Acciones

Se diseñó y creó la imagen institucional del cubo de identificación para el micrófono de entrevistas que se realiza en la sección de Comunicación Social, para las noticias que se realizan y comparten en el canal de youtube de INGUAT.

El cubo se hizo de material de pvc, resistente a golpes, permitiendo identificar a la institución, en las entrevistas que se realicen a las autoridades de INGUAT, así como en actividades propias que ameritan identificación institucional.

El cubo fue colocado al micrófono inalámbrico con el que cuenta dicha unidad. Este cono o cubo, es el que normalmente utilizan los medios de comunicación, para identificarse como tal.

Se trabajó un reportaje en donde se inició con el uso de la nueva imagen a través del cubo, el cual fue visto positivamente.

3.2.4 Propuestas de logotipos para el cubo de micrófono inalámbrico.

Propuesta 1: logotipos con diseño típico y orilla de colores, los cuales representan las regiones que la institución promueve.



Propuesta 2: logotipos en colores neutros y orilla de colores, los cuales representan las regiones que la institución promueve.



Propuesta 3: logotipos en un fondo blanco y azul con cintillo de colores.



De esta manera quedó finalmente la imagen del cubo institucional.

(Tres lados)





**Entrevista realizada en la Semana Santa (previo al EPS).
Entrevistado: artesano antigüeño. Entrevistadora, Blanca Del Cid y Camarógrafo: Adrián Ramos.**



**Entrevista realizada durante el EPS a estudiante del Diplomado en Periodismo Turístico.
Entrevistado: Fernando Pinnetta, El Periódico.**



Toma de pantalla del video subido al portal de YouTube sobre la experiencia de estudiantes en el Diplomado en Periodismo Turístico. Entrevistada: Sara Melini de El Periódico en este entonces.

El video de esta nota puede encontrarlo en youtube con el nombre: *1er DIPLOMADO EN PERIODISMO TURISTICO 2015 en el canal de Comunicación Inguat.*

Este reportaje fue realizado para conocer la experiencia de los estudiantes que participaron en este Diplomado, quienes fueron invitados con el objetivo de facilitarles de nuevas herramientas a periodistas que dan cobertura a las actividades del sector turístico. A su vez permitió exponer la imagen institucional en el video.

En el área de anexos puede encontrar imágenes del video realizado.

3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDAD	ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO			
SEMANA	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Realización y entrega del Plan																
Inicio y desarrollo del EPS																
Realización de la imagen del cubo. (Diseño, aprobación, realización del cubo),																
Realización de reportaje con la nueva imagen institucional.																
Recopilación de información para manual de atribuciones.																
Diseño e impresión del Manual.																
Evaluación de las estrategias.																

3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO

En las siguientes hojas encontrará las fichas de control de la institución sobre del Ejercicio Profesional Supervisado, EPS, realizado en INGUAT.



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO LICENCIATURA (EPS) 2015
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada



Nombre del Alumno (a): Blanca Elizabeth Delgadillo
 Carné: 200811331
 Jefe o Encargado: Lic. Marco Tulio Potos
 Institución o Empresa: INGUAT
 Supervisor Docente: Lic. Fernando Flores

No.	SEMANAS	HORAS PRACTICADAS							TOTAL HORAS	FIRMA Y SELLO DEL JEFE O ENCARGADO
		L	M	M	J	V	S			
1	Del: <u>04</u> al <u>08</u> Mes: <u>Mayo</u>	4	4	4	4	4	4	30		
2	Del: <u>11</u> al <u>15</u> Mes: <u>Mayo</u>	4	8	4	4	4	8	34		
3	Del: <u>18</u> al <u>22</u> Mes: <u>Mayo</u>	5	4	4	4	4	8	31		
4	Del: <u>25</u> al <u>29</u> Mes: <u>Mayo</u>	4	8	8	4	8	8	34		
5	Del: <u>01</u> al <u>05</u> Mes: <u>Junio</u>	4	4	4	5	8	-	31		
TOTAL DE HORAS PRACTICADAS										

Firma del Supervisor Docente



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO LICENCIATURA (EPS) 2015
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada



Nombre del Alumno (a): Plaza Elizabeth Delcid Lopez
 Carné: 200811337
 Jefe o Encargado: Lic. Marco Tulio Rodas
 Institución o Empresa: INUEAT
 Supervisor Docente: Lic. Fernando Flores
D

No.	SEMANAS	HORAS PRACTICADAS							TOTAL HORAS	FIRMA Y SELLO DEL JEFE O ENCARGADO	
		L	M	M	J	V	S				
6	Del: <u>08</u> al <u>12</u> Mes: <u>junio</u>	5	5	8	8	8	8	1	34		
7	Del: <u>15</u> al <u>19</u> Mes: <u>junio</u>	4	4	4	4	4	4	1	30		
8	Del: <u>22</u> al <u>26</u> Mes: <u>junio</u>	4	4	8	4	4	8	1	32		
9	Del: <u>29</u> al <u>03</u> Mes: <u>junio-julio</u>	4	4	5	8	4	4	1	31		
10	Del: <u>06</u> al <u>10</u> Mes: <u>julio</u>	4	4	4	4	4	4	1	30		
11	Del: <u>13</u> al <u>17</u> Mes: <u>julio</u>	4	8	8	4	4	8	1	36		
TOTAL DE HORAS PRACTICADAS											

Firma del Supervisor Docente



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO LICENCIATURA (EPS) 2015
Ficha de Evaluación de Práctica Profesional Supervisada



Nombre del Alumno (a):

Blanca Elizabeth Delgadillo

Carné:

200811331

Jefe o Encargado:

Lic. Marco Tulio Rodas

Institución o Empresa:

INCOAT

No.	Items a calificar	Punteo 1 al 10
1	Presentación	10
2	Puntualidad	10
3	Conducta	10
4	Relaciones Interpersonales	10
5	Responsabilidad	10
6	Profesionalismo	10
7	Cumplimiento con los reglamentos internos de su institución	10

Firma del Supervisor Docente

CONCLUSIONES

1. El Ejercicio Profesional Supervisado, EPS, da la oportunidad a estudiantes de la licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, a emplear los conocimientos adquiridos durante su formación académica, para aplicarlos en diferentes entidades para contribuir al fortalecimiento comunicacional en dichos centros.
2. El fortalecimiento de la comunicación interna de la unidad de Comunicación Social del Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT, permite que se mejore el desempeño de los colaboradores que integran dicha unidad, lo cual incidirá positivamente en el alcance de los objetivos institucionales.
3. La presencia de imagen institucional permite a quienes ven los videos, identifiquen a la entidad, en este caso el Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT para promover su figura.

RECOMENDACIONES

1. El Ejercicio Profesional Supervisado, debe ser una herramienta aprovechada por estudiantes que cuentan con pensum cerrado de la licenciatura para poner en práctica sus conocimientos y de esta manera contribuir en el ámbito de la comunicación en la entidad en donde realicen su EPS.
2. Se debe continuar apoyando al fortalecimiento de la Comunicación Interna del Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT, de manera que esté en constante actualización.
3. La realización de notas informativas en formato de video, es fundamental para la comunicación y contribuye a mejorar los lazos entre medios de comunicación y entidad, lo cual facilita el trabajo de ambas entidades.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

1. Antecedente

Acción, dicho o circunstancia que sirve para comprender o valorar hechos posteriores. Así mismo significa conocer las circunstancias previas a un asunto.

2. Asesoría

Oficio de asesor. Dicho de un letrado: Que, por razón de oficio, debe aconsejar o ilustrar

3. Atribución

Cada una de las facultades o poderes que corresponden a cada parte de una organización pública o privada según las normas que las ordenen.

4. Comunicacional

Perteneciente o relativo a la comunicación, lo cual significa transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.

5. Deficiencia

Se refiere a la palabra defecto, la cual significa carencia de alguna cualidad propia de algo.

6. Dependencia

Subordinación a un poder mayor. Oficina pública o privada, dependiente de otra superior.

7. Diagnóstico

De la palabra diagnosticar que significa recoger y analizar datos para evaluar problemas de diversa naturaleza.

8. Disenso

De la palabra disentir que significa no ajustarse al sentir o parecer de alguien

9. Ejecución

Acción y efecto de ejecutar. Poner por obra algo.

10. Estrategia

Arte, traza para dirigir un asunto.

11. Financiamiento

Acción y efecto de financiar. Sufragar los gastos de una actividad, de una obra, etc.

12. Implementar

Poner en funcionamiento, aplicar métodos, medidas, etc, para llevar algo a cabo.

13. Inductivo

Que se hace por inducción. Extraer, a partir de determinadas observaciones o experiencias particulares, el principio general que en ellas está implícito.

14. Institucional

Pertenciente o relativo a una institución o a instituciones políticas, religiosas, sociales, etc.

15. Logotipo

Distintivo formado por letras, abreviaturas, etc., peculiar de una empresa, conmemoración, marca o producto.

16. Metodología

Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica o en una exposición doctrinal.

17. Monitorizar

Observar mediante aparatos especiales el curso de uno o varios parámetros fisiológicos o de otra naturaleza para detectar posibles anomalías.

18. Organigrama

Sinopsis o esquema de la organización de una entidad, de una empresa o de una tarea.

19. Plan

Escrito en que sumariamente se precisan los detalles para realizar una obra.

20. Presencia

Memoria de una imagen o idea, o representación de ella.

21. Productor

Persona que con responsabilidad financiera y comercial organiza la realización de una obra cinematográfica, discográfica, televisiva, etc., y aporta el capital necesario.

22. Propuesta

Proposición o idea que se manifiesta y ofrece a alguien para un fin.

23. Recopilación

Compendio, resumen o reducción breve de una obra o un discurso.

24. Reputación

Opinión o consideración en que se tiene a alguien o algo.

25. Escripto

Carta, documento o cualquier papel manuscrito, mecanografiado o impreso.

26. Sinopsis

Disposición gráfica que muestra o representa cosas relacionadas entre sí, facilitando su visión conjunta.

27. Supervisión

Acción y efecto de supervisar. Ejercer la inspección superior en trabajos realizados por otros.

28. Transcripción

Acción y efecto de transcribir. Escribir en una parte lo escrito en otra.

29. Turismo

Actividad o hecho de viajar por placer. Conjunto de los medios conducentes a facilitar estos viajes.

30. Vaciado

De la palabra vaciar. Trasladar una doctrina de un escrito a otro.

BIBLIOGRAFÍA

1. Centro de Documentación Turística, CEDITUR, Folleto de Bienvenida, 2011.
2. Baena Paz, Guillermina. Manual para elaborar trabajos de investigación documental. Primera parte. (Sin año).
3. Política Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible 2012-2022. Secretaría General de Planificación de la Presidencia, SEGEPLAN, 2012.
4. Metodología de la Investigación. Ernesto A. Rodríguez Moguel. Universidad Autónoma de Tabasco, 2005.
5. Real Academia Española, Diccionario de la Lengua Española, RAE, edición 23ª publicada en octubre de 2014.
6. Ruiz Olabuénaga, J.I. Metodología de la Investigación cualitativa. 4ª ed. Bilbao: Universidad de Deusto; 2007.

EGRAFÍA

1. Visitguatemala.com/ Asesoría Jurídica/ Ley Orgánica de INGUAT.
Consultada el 20 de febrero de 2015.
2. Crear un plan para comunicación. <http://ctb.ku.edu>. Consultada el 10 de abril de 2015.
3. Elaboración de un plan de comunicación. <http://www.solucionesong.org>.
Consultada el 10 de abril de 2015.

ANEXOS

Transcripción de entrevistas.

Modelo de Entrevista

1. *Nombre y cargo dentro de la unidad de Comunicación Social*

Patricia Letona. Jefe de la Unidad (Brindo asesoría)

2. ¿Conoce sus funciones dentro de la institución?

Soy la encargada la jefe de la unidad, brindado una asesoría en el ámbito comunicacional.

Mi mayor responsabilidad es construir y proteger la reputación institucional utilizando las distintas disciplinas y medios de comunicación, llegando a públicos previamente establecidos, con el propósito de posicionar de manera positiva la imagen del INGUAT y quien lo dirige. Todos deberíamos estar conscientes de la razón por la que estamos aquí.

3. ¿Sabe el alcance que tiene su trabajo para conseguir los objetivos institucionales?}

Por supuesto, tengo una filosofía “lo que se comunica es lo que se sabe, lo que no, es como si no existiera”. Estoy consciente de la importancia de la comunicación en la administración pública, por lo que debemos hacerlo con total responsabilidad.

4. ¿Cuáles considera que son las principales deficiencias dentro de la unidad?

Creo que tenemos muchos aspectos positivos, sin embargo tenemos algunas situaciones por mejorar. Entre ellos mejorar la imagen institucional, nos hace falta un cubo para identificarnos como INGUAT en las entrevistas que se realizan para el canal de youtube.

5. ¿Cuáles son las fortalezas que existen en el área comunicacional de su unidad?

Tenemos un monitoreo constante.

El equipo es profesional.

Mantenemos una adecuada comunicación.

Tratamos de genera noticias constantes y llamativas de este tema tan rico e inmenso que es el turismo.

6. ¿De qué manera se comunica con sus compañeros sobre las actividades que realiza la unidad de Comunicación Social?

Se hacen reuniones semanales o al menos eso intentamos, para que todos sepamos las actividades que se nos vienen y programar la cobertura de las mismas.

7. ¿Cuáles son los canales de comunicación que considera efectivos a implementarse en su unidad?

Actualmente al ritmo de la tecnología, todo es más fácil por el celular. Pero no estaría mal, un calendarización por escrito para el equipo en un lugar visible.

8. ¿Cómo califica el ambiente laboral en donde trabaja (la unidad de comunicación social)?

El ambiente es agradable, en equipo. Hemos avanzando gracias a esta buena relación entre todos.

Modelo de Entrevista

Nombre y cargo dentro de la unidad de Comunicación Social

Adrián Ramos. Fotógrafo y productor.

1. ¿Cuáles son tus funciones dentro de la Unidad de Comunicación Social del INGUAT?

Documentar con fotografías y video las actividades realizadas dentro y fuera de la institución, para archivo y compartir con diferentes medios de comunicación.

2. ¿Conocía usted parte del trabajo que realizaría al ingresar a laborar en la unidad de Comunicación Social?

Poseía cierta experiencia en producción audio visual y fotografía, trabajando en diferentes productoras de televisión y canal de televisión. Sin embargo no conocía con detalle las funciones del puesto.

3. ¿Cuáles considera que son los problemas de comunicación que existen en la unidad que labora?

En lo que respecta a lo que realizo, estamos trabajando con equipo de producción básico, eso dificulta realizar una mejor producción y mejor calidad. Esto va relacionado directamente con presupuesto y se escapa de nuestras manos.

Necesitamos mejorar la imagen de nuestras notas televisivas con la identificación institucional.

Otro tema es el transporte, que es una parte importante para estar en los lugares solicitados y la burocracia es un problema.

4. ¿Cuáles son las fortalezas que existen en el área comunicacional de su unidad?

La fortaleza principal para mi es el equipo de trabajo, porque somos unidos y nos apoyamos, los que tienen experiencia apoyan a los demás. Es algo fundamental para trabajar en equipo y que el trabajo se refleje de la mejor manera.

5. ¿De qué manera se comunica con sus compañeros sobre las actividades que realiza la unidad de Comunicación Social?

Se hacen reuniones semanales con la jefa de la unidad para ver resultados y próximas actividades y como nos vamos a organizar para cubrir las actividades.

Considero oportuno que se tenga un calendario de actividades de la semana, a modo que todos lo vean y puedan recordar lo que se viene.

6. ¿Cuáles son los canales de comunicación que considera efectivos a implementarse en su unidad?

Nos comunicamos directa e indirectamente, si no estamos en las instalaciones por vía teléfono, mensajes de texto, redes sociales y correos electrónicos.

7. ¿Cómo califica el ambiente laboral en donde trabaja (la unidad de comunicación social)?

El ambiente es agradable con los compañeros, el mobiliario para Post producción esta pobre porque no contamos con un espacio adecuado para realizar dicho trabajo de la mejor forma, como una isla de edición, consola

de audio, cabina de grabación, micrófono, etc.

8. ¿Cómo considera que influye la adecuada comunicación en el trabajo que desempeña la Unidad de Comunicación Social?

El trabajo que realizamos es muy importante para la institución porque es la imagen institucional y lo que publican otros medios, se debe realizar de la mejor manera para que los medios que distribuyen la información lo hagan sin ningún inconveniente y tengan todo el material apropiado para publicarlo, videos de apoyo, fotografías, audios.

Modelo de Entrevista

Nombre y cargo dentro de la unidad de Comunicación Social

Flor Camey. Asistencia a Relaciones públicas y producción

1. ¿Cuáles son tus funciones dentro de la Unidad de Comunicación Social del INGUAT?

Realizar el monitoreo diario de noticias y rendir informes específicos al respecto de la cobertura noticiosa de interés para la institución. Apoyar al área de producción en el mantenimiento de la base de datos tanto de fotos como video. Monitoreo diario digital, audios y notas de tv, y para archivo hemerográfico.

Así mismo me encargo de imprimir y reproducir dvds promocionales de INGUAT, para ferias internacionales que contienen fotografías, videos de lecciones de vida, imagina, ciudad en inglés y español; e información turística y segmentos en inglés, español u algún idioma solicitado.

Otras funciones son la administración y alimentación del canal fotográfico en el servidor web. Apoyo fotográfico.

2. ¿Conocía usted parte del trabajo que realizaría al ingresar a la unidad de Comunicación Social?

No conocía, pero he aprendido. Me hubiese gustado tener un documento que hablara de los aspectos que realizaría para familiarizarme desde un inicio.

3. ¿Cuáles considera que son los problemas de comunicación que existen en la unidad que labora?

Tenemos una buena relación y comunicación. Falta de equipo para producción.

4. ¿Cuáles son las fortalezas que existen en el área comunicacional de su unidad?

- Somos un equipo unido.

- Somos un equipo solidario.

- Creativos

- El monitoreo diario nos permite conocer el alcance de nuestro trabajo.

5. ¿De qué manera se comunica con sus compañeros sobre las actividades que realiza la unidad de Comunicación Social?

Nos comunicamos por las redes sociales. Tenemos reuniones semanales.

6. ¿Cuáles son los canales de comunicación que considera efectivos a implementarse en su unidad?

A manera de recordatorio y para volver un poco a lo escrito, tener un tipo de calendario de actividades del mes o semana, para todos estar enterados y recordar lo que hablamos en las reuniones.

7. ¿Cómo califica el ambiente laboral en donde trabaja (la unidad de comunicación social)?

Excelente. Somos muy unidos.

8. ¿Cómo considera que influye la adecuada comunicación en el trabajo que desempeña la Unidad de Comunicación Social?

En nuestra unidad, existe una buena comunicación en el trabajo lo desempeñamos de una manera eficaz y en equipo.

Modelo de Entrevista

Nombre y cargo dentro de la unidad de Comunicación Social

Elizabeth Del Cid * Atención a medios y relaciones públicas.

1. ¿Cuáles son tus funciones dentro de la Unidad de Comunicación Social del INGUAT?

Mis funciones están vinculadas directamente a la atención a medios de comunicación.

Redacción de comunicados de prensa, así como atender solicitudes de entrevistas de temas vinculados a las autoridades e institución.

Alimentación del portal web, así como red de twitter y Facebook con las noticias que se emiten desde la entidad.

2. ¿Conocía usted parte del trabajo que realizaría al ingresar a la unidad de Comunicación Social?

Contaba con algo de experiencia en medios. Cando entré a trabajar, no conocía las funciones específicas.

3. ¿Cuáles considera que son los problemas de comunicación que existen en la unidad que labora?

Creo que tenemos una buena comunicación. Algunos aspectos a mejorar está: la presentación del monitoreo diario. Contar con una imagen institucional para identificarnos como INGUAT (un cubo de micrófono).

4. ¿Cuáles son las fortalezas que existen en el área comunicacional de su unidad?

Contamos con un monitoreo diario, el cual permite ver la réplica que tienen los comunicados que se emiten desde la entidad.

Tratamos de generar contenido de interés para los medios.

5. ¿De qué manera se comunica con sus compañeros sobre las actividades que realiza la unidad de Comunicación Social?

Tenemos un grupo en Whatasapp. Por correo electrónico.

6. ¿Cuáles son los canales de comunicación que considera efectivos a implementarse en su unidad?

Deben continuar las reuniones que se hacen, más seguido. (A veces por la dinámica de las actividades, pasan algunas semanas sin hacerlo).

7. ¿Cómo califica el ambiente laboral en donde trabaja (la unidad de comunicación social)?

Unido.

8. ¿Cómo considera que influye la adecuada comunicación en el trabajo que desempeña la Unidad de Comunicación Social?

Nuestro trabajo es reflejado por los medios, quienes son aliados estratégicos. Es nuestra responsabilidad velar por la imagen de la institución.

Modelo de Entrevista

1. Nombre y cargo dentro de la unidad de Comunicación Social

Gabriela González. Asistente Administrativa

2. ¿Conoce sus funciones dentro de la institución?

Pues en general tengo que ver con el papeleo de pagos, conseguir firmas, hacer los trámites de pagos a proveedores, entre otros.

Me corresponde velar porque cada mes se envíe un reporte a administrativo sobre los avances en el cumplimiento del Plan Operativo Anual, (POA), del cual nuestro presupuesto es limitado. Está encaminado a pago de monitoreo, pago de suscripciones a periódicos, pago de publicaciones (que sean vinculadas al área)

3. ¿Sabe el alcance que tiene su trabajo para conseguir los objetivos institucionales?

Si no se realizan los trámites, por ejemplo el pago de suscripciones, los periódicos no vienen a la institución. Y parte del seguimiento de comunicación social, es realizar el monitoreo físico de las notas relacionadas a lo que se hace aquí.

4. ¿Cuáles considera que son las principales deficiencias dentro de la unidad?

El presupuesto es limitado. Se trabaja con lo que se tiene.

Por lo demás considero que hay un buen equipo, que trabaja en unidad y me siento contenta por eso.

5. ¿Cree que actualmente cuentan con el equipo necesario para velar por la imagen institucional?

Creo que sí.

Modelo de la Entrevista

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado, EPS.



Preguntas

1. ¿Cuáles son tus funciones dentro de la Unidad de Comunicación Social del INGUAT?
2. ¿Conocía usted parte del trabajo que realizaría al ingresar a laborar en la unidad de Comunicación Social?
3. ¿Cuáles considera que son los problemas de comunicación que existen en la unidad que labora? (Ejemplo.: falta de información, equipo, coordinación, etc?)
4. ¿Cuáles son las fortalezas que existen en el área comunicacional de su unidad?
5. ¿De qué manera se comunica con sus compañeros sobre las actividades que realiza la unidad de Comunicación Social?
6. ¿Cuáles son los canales de comunicación que considera efectivos a implementar en su unidad?
7. ¿Cómo califica el ambiente laboral en donde trabaja (la unidad de comunicación social)?
8. ¿Cómo considera que influye la adecuada comunicación en el trabajo que desempeña la Unidad de Comunicación Social?

Fotografías

Foto 1. Sesión de trabajo con diseñador Hugo Ávila. (En pantalla avance en el diseño del



manual de atribuciones).



Fotografía 2. Entrega de Manual de Atribuciones de Comunicación Social por la epesista Blanca Del Cid al Jefe Inmediato, licenciado Marco Tulio Rodas.



Foto 3. De esta manera quedó la presencia de imagen institucional de INGUAT en el micrófono inalámbrico.



Foto 4. Entrevistas realizada a periodista, estudiante del Diplomado en Periodismo Turístico. Con cubo de imagen institucional, permitiendo la presencia de INGUAT en el video.

A la izquierda, periodista de Radio Punto, Juan Bolaños, al centro epesista Blanca Del Cid y a la derecha, camarógrafo Adrián Ramos.



**Foto 5. Entrevista realizada durante el EPS a estudiante del Diplomado en Periodismo Turístico.
Entrevistado: Fernando Pinnetta, El Periódico.**

Escrito de reportaje especial, sobre la experiencia de los estudiantes en el Diplomado de Periodismo Turístico, impartido por INGUAT.

Redacción: Blanca Del Cid

Locución: Blanca Del Cid

Edición y Cámara: Adrián Ramos

El camino recorrido: viajes de descubrimiento



	PRENSA
<p>Con el objetivo de facilitar nuevas herramientas a periodistas que cubren el sector turístico, autoridades del Instituto Guatemalteco de Turismo, la Cámara de Turismo de Guatemala y la Universidad del Istmo con la colaboración del periodista Harris <u>Wihbeck</u>, unieron esfuerzos para impartir el primer Diplomado en Periodismo Turístico.</p> <p>Los estudiantes comparten su perspectiva luego de haber recibido el diplomado especializado en la industria sin chimeneas.</p>	
Henry Morales / Periodista de AFP	Me pareció... Turismo.
Estuardo Gasparico / Periodista de Revista Crónica	En el gremio... Audiencia.
Astrid Hernández / Periodista de Telediario	Sirve para... Comunidad.
Diego Silva / Periodista de <u>Guatevisión</u>	Es fundamental... Guatemala.
Sara Melini / Periodista de El Periódico	Fue una experien... Turístico.
Fernando Pinetta / Periodista de El Periódico	De verdad... A conocer.
Entrar en contacto directo y conocer de cerca las historias de guatemaltecos y guatemaltecas que dependen del turismo, a través de la venta de artesanías, platillos típicos, servicios de guías y más, cambió la forma de ver el turismo para los periodistas.	
Juan Carlos Bolaños / Periodista de Radio Punto	Todo lo que... Turista.
Migdalia Vásquez / CAMTUR	Lo más importan... Turístico.
Francisco González / Periodista de El Green Times	He aprendido... Completo.
Juan Carlos Raxon / Periodista de Nuestro Diario	Este diplomado... Sentidos.
Gladys Olmstead / Periodista de Nómada	He aprendido... A conocer.
El turismo es una de las principales fuentes generadoras de ingresos y permite el desarrollo de las comunidades, así lo afirman los estudiantes del diplomado.	
Gladys Ramírez / Periodista de <u>Guatevisión</u>	El turismo... Culturales.
Jessica Masaya / Periodista de República GT	Es uno... País.
Sin lugar a duda, las "Lecciones de Vida" que Guatemala tiene por enseñar a los propios guatemaltecos son innumerables y con este diplomado los periodistas lograron descubrir nuevas experiencias.	
Francisco González / Periodista de El Green Times	Si algo no puedo... Medios.

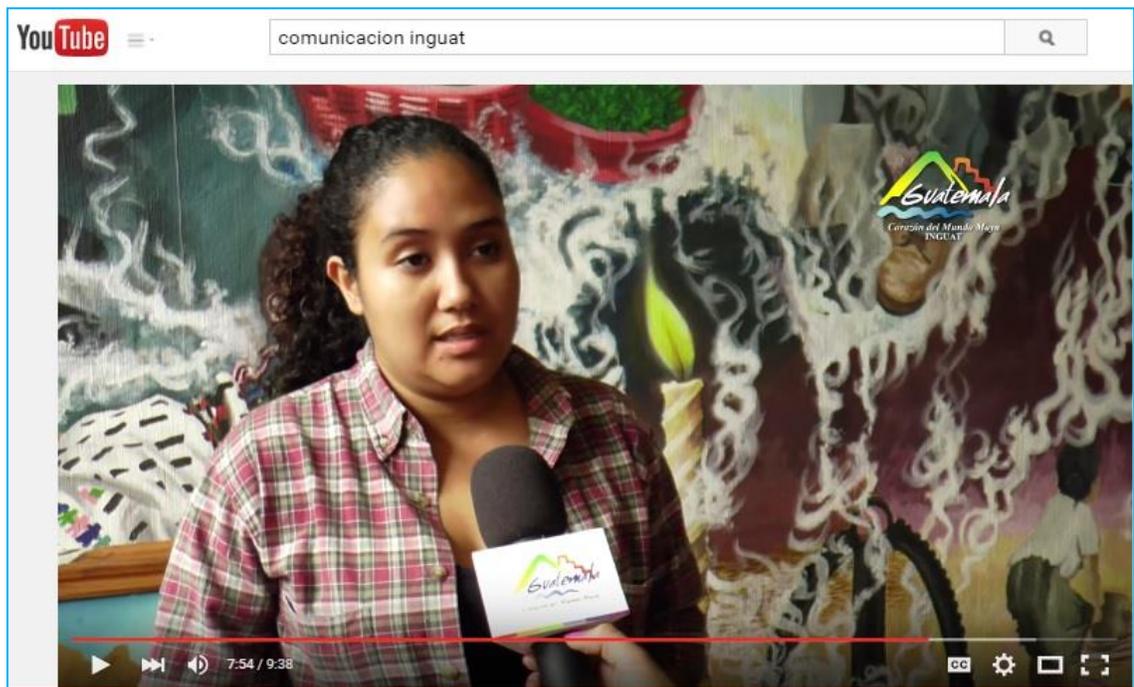


Foto 6. Toma de pantalla del video subido al portal de YouTube sobre la experiencia de estudiantes en el Diplomado en Periodismo Turístico. Entrevistada: Gladys Ramírez de Guatevisión.



Foto 7. Toma de pantalla del video subido al portal de YouTube sobre la experiencia de estudiantes en el Diplomado en Periodismo Turístico. Entrevistado: Francisco González.



Foto 8. Supervisor dialoga con jefe inmediato sobre el trabajo realizado por la estudiante del EPS.

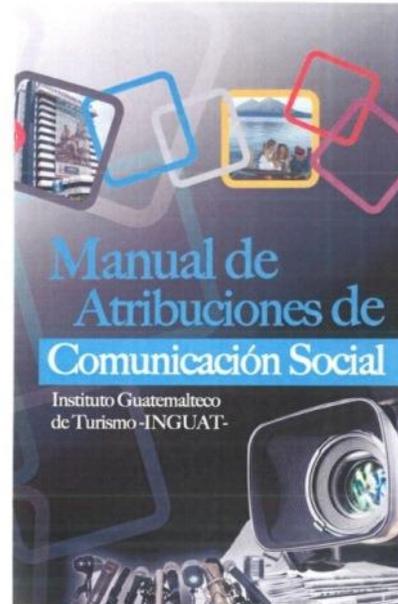
A la izquierda supervisor, licenciado Fernando Flores, al centro, jefe inmediato de la unidad, Marco Tulio Rodas y a la derecha epesista Blanca Del Cid.



Foto 9. Supervisor revisa uno de los proyectos implementados por epesista en el INGUAT.

A la izquierda de espaldas, supervisor el licenciado Fernando Flores, al centro jefe inmediato de la unidad, Marco Tulio Rodas y a la derecha de espaldas, epesista Blanca Del Cid.

Manual de Atribuciones



ÍNDICE

Introducción.....	4
Objetivo del Manual.....	5
INGUAT información general	
Visión.....	6
Misión.....	6
Comunicación Social	
Objetivo de la Unidad.....	7
Información general de Comunicación Social.....	8
Actividades que realiza Comunicación Social.....	9
Atribuciones del Personal	
Coordinador de la Unidad.....	11
Atención a medios.....	12
Asistente de Producción y Comunicación.....	14
Productor y Fotógrafo.....	16
Asistente Administrativa.....	17
Propuesta nueva distribución de puestos.....	18
Programa de Servicio de INGUAT.....	19
Agradecimiento.....	20

INTRODUCCIÓN

Seguir a dudas, las personas son el activo más importante que posee toda entidad; haciendo referencia a Vince Lombardi, quien dijo que "Los logros de una organización son los resultados del esfuerzo combinado de cada individuo". Me complace compartir el Manual de puestos de la sección de Comunicación Social del Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT, con la asesoría y respaldo del Ejercicio Profesional Supervisado, EPS, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Este manual contiene las atribuciones del personal que actualmente labora en el área de Comunicación Social de esta entidad, el cual contribuye con dar a conocer las actividades que realiza INGUAT, a través de los medios de comunicación quienes son aliados estratégicos para informar a la población sobre el que hacer de las instituciones públicas y privadas; en este caso en el sector turístico.

Para INGUAT es importante que la selección de los puestos de trabajo se realice según las competencias y características de cada persona, lo cual incide en el cumplimiento de los objetivos de la institución. Un anónimo dijo una vez que "trabajar en equipo hace el trabajo y multiplica los resultados".

Lic. Marco Tulio Rodas

Manual de Atribuciones

Objetivo General

Que los colaboradores de la unidad de Comunicación Social del Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT, cuenten con un instructivo de las atribuciones que les corresponden dentro de la institución en los puestos que ocupan.



INGUAT

Instituto Guatemalteco de Turismo
Información General

INSTITUTO GUATEMALTECO
DE TURISMO -INGUAT-

El INGUAT es la autoridad superior en materia de turismo en el país y representa a Guatemala ante las entidades similares de otros países y también ante los organismos internacionales del ramo.

Visión

El Instituto Guatemalteco de turismo -INGUAT- es el ente rector y facilitador que promueve y fomenta el desarrollo turístico sostenible de Guatemala, a nivel nacional e internacional, por medio de la coordinación entre los sectores público, privado y sociedad civil.

Misión

Liderar el posicionamiento de Guatemala como destino turístico competitivo a nivel nacional e internacional, aprovechando sus ventajas comparativas, para contribuir al desarrollo turístico sostenible del país.

Comunicación Social

Objetivo de la Unidad

Su función principal es coordinar las acciones que realiza el INGUAT, para divulgar los logros y principales actividades turísticas realizadas en el país y en el extranjero. Sirve de contacto directo con los medios de comunicación nacional e internacional y consolida la imagen institucional.

Organograma de Comunicación Social



Diseñado: Blanca Del Col.

Información General Comunicación Social

Instituto Guatemalteco de Turismo –INGUAT–

Es la unidad que construye y protege la reputación institucional utilizando las distintas disciplinas y medios de comunicación, llegando a los públicos previamente definidos, con el propósito de posicionar de manera positiva la imagen del INGUAT.

La comunicación en esta entidad se trabaja en dos vías, siendo de la siguiente manera.

Manejo interno: comunicación de logros, avances de actividades, proyectos para el personal, así como información específica de relevancia para cualquier persona de la institución, para toma de decisiones y manejo de crisis pero no para divulgación.

Manejo externo: información oficial hacia sector público, privado, potenciales inversionistas, universidades, estudiantes, líderes de opinión y público en general.

Objetivo: construir y proteger la reputación institucional utilizando las distintas disciplinas y medios de comunicación, llegando a los públicos previamente definidos, con el propósito de posicionar de manera positiva la imagen del INGUAT.

Actividades que realiza la sección de Comunicación Social

1. Asesorar a las autoridades de la institución acerca del manejo de medios y mensajes clave que deben ser utilizados en las diferentes entrevistas pactadas.
2. Ser enlace directo con la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia, de donde direccionan instrucciones específicas para los altos funcionarios del sector gobierno, todas ellas concernientes en temas de comunicación y prensa.
3. Realizar visitas de cortesía a los directivos de los diferentes medios de comunicación nacional o bien entrevistas solicitadas, las cuales son dirigidas a las autoridades de la Institución, con la finalidad de comunicar temas específicos.
4. Realizar diariamente monitoreo de medios nacionales e internacionales, con el objetivo de informar a las autoridades del Inguat de manera inmediata acerca del acontecer actual en la industria turística, así como informar temas relevantes del acontecer nacional que generen impacto directo o indirecto en la industria sin chimeneas.

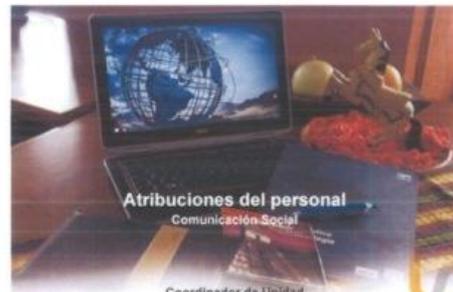
5. Realizar comunicados periodísticos para medios nacionales con la finalidad de comunicar (medios de comunicación y/o sector turístico organizado) los logros alcanzados o las acciones de impacto relacionadas al sector turístico en Guatemala.

6. Convocar a medios para presentaciones, lanzamientos, conferencias de prensa, entre otros eventos, que ameriten la participación de los medios de comunicación, con la finalidad de dar a conocer las acciones que el INGUAT realiza en la industria turística.

7. Desarrollar comunicados o notas de prensa las cuales son giradas a los medios de comunicación y sector público-privado del país.

8. Realizar análisis de medios y cobertura noticiosa, a través del cual se determina el tipo de cobertura que se obtuvo durante el mes y se analizan las nuevas o posibles estrategias de comunicación a utilizar.

9. Gestionar la realización de giras con medios de comunicación, con la finalidad de promover la imagen turística del país.



Atribuciones del personal Comunicación Social

Coordinador de Unidad

Actividades a realizar

- a. Coordinar todas las actividades de la Sección de Comunicación Social.
- b. Realización de la estrategia de comunicación y relaciones públicas de INGUAT.
- c. Recopilación y análisis periódico de la cobertura mediática de las acciones emprendidas por INGUAT y las relacionadas al turismo en Guatemala.
- d. Generación de boletines y noticias para dar a conocer la labor que realiza INGUAT.
- e. Realización de convocatorias para conferencias de prensa que se realicen en INGUAT.
- f. Envío de comunicados de prensa a medios de comunicación.
- g. Redacción de discursos para autoridades de INGUAT.
- h. Atención a requerimientos de prensa nacional e internacional relacionados con el turismo.



Atención Medios

Actividades a realizar
 a) Investigar y reportar tanto dentro como fuera de la institución con el objetivo de generar contenidos noticiosos para dar a conocer la labor de INGUAT o temas de interés para la institución y sus audiencias.

b) Redactar boletines de prensa, reportajes y otros contenidos que le sean solicitados

c) Realizar entrevistas periódicas a funcionarios de la institución y personas relacionadas con la industria turística o imagen país con el objetivo de generar contenidos informativos y noticiosos.

d) Trabajar en conjunto con el área de producción, entrevistas y contenidos en video para alimentar el canal digital y distribuir a los medios de comunicación.

e) Mantener actualizada la base de datos de periodistas que cubren la fuente INGUAT y otros de interés para la institución.



f) Responder a requerimientos específicos de información hechos por periodistas.

g) Preparar y distribuir boletín informativo semanal.

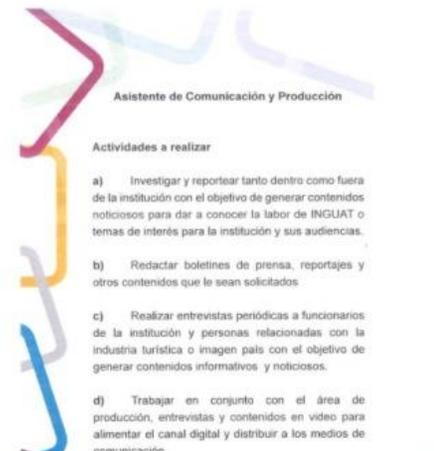
h) Realizar el monitoreo diario de noticias y rendir informes específicos al respecto de la cobertura noticiosa de interés para la institución.

i) Apoyar al área de producción en el mantenimiento de la base de datos tanto de fotos como video.

j) Apoyar en el área de producción cuando se requiera en la toma de fotografías y video.

k) Generación de contenidos y mantenimiento de redes sociales de INGUAT y portal web.

l) Analizar temas coyunturales relacionados a INGUAT o la industria turística y proponer acciones para potenciar los temas positivos y mitigar los negativos.



Asistente de Comunicación y Producción

Actividades a realizar

a) Investigar y reportar tanto dentro como fuera de la institución con el objetivo de generar contenidos noticiosos para dar a conocer la labor de INGUAT o temas de interés para la institución y sus audiencias.

b) Redactar boletines de prensa, reportajes y otros contenidos que le sean solicitados

c) Realizar entrevistas periódicas a funcionarios de la institución y personas relacionadas con la industria turística o imagen país con el objetivo de generar contenidos informativos y noticiosos.

d) Trabajar en conjunto con el área de producción, entrevistas y contenidos en video para alimentar el canal digital y distribuir a los medios de comunicación.



e) Mantener actualizada la base de datos de periodistas que cubren la fuente INGUAT y otros de interés para la institución.

f) Responder a requerimientos específicos de información hechos por periodistas.

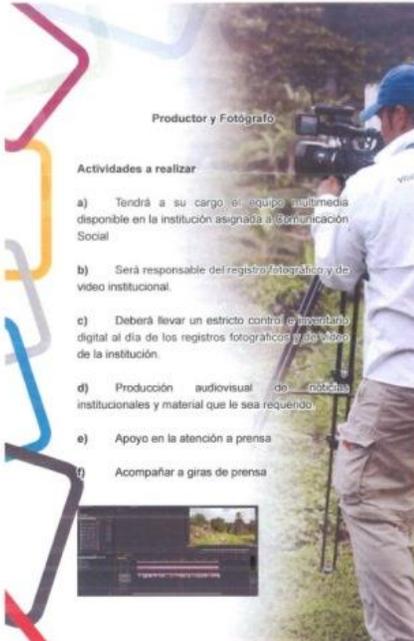
g) Preparar y distribuir boletín informativo semanal.

h) Realizar el monitoreo diario de noticias y rendir informes específicos al respecto de la cobertura noticiosa de interés para la institución.

i) Apoyar al área de producción en el mantenimiento de la base de datos tanto de fotos como video.

j) Apoyar en el área de producción cuando se requiera en la toma de fotografías y video.

k) Generación de contenidos y mantenimiento de redes sociales de INGUAT y portal web.



Productor y Fotógrafo

Actividades a realizar

- Tendrá a su cargo el equipo multimedia disponible en la institución asignada a Comunicación Social.
- Será responsable del registro fotográfico y de video institucional.
- Deberá llevar un estricto control y mantenimiento digital al día de los registros fotográficos y de video de la institución.
- Producción audiovisual de noticieros institucionales y material que le sea requerido.
- Apoyo en la atención a prensa.
- Acompañar a giras de prensa.




Asistente Administrativa

Actividades a realizar

- Responsable de los trámites de pago y atención a proveedores.
- Trámite de viáticos del personal de comunicación social.
- Gestión y liquidación de compras de Catering (solicitud de vales y liquidación).
- Gestiones administrativas para el registro de tiempo extraordinario.
- Solicitudes de transporte.
- Apoyo en las convocatorias de prensa y atención a medios.
- Duplicación y distribución de material multimedia.
- Responsable del inventario de discos duros y con material multimedia.
- Responsable de atender los requerimientos específicos del área administrativa y financiera.
- Apoyo en la actualización de base de datos.
- Otras asistencias que le sean requeridas.

Propuesta nueva distribución de puestos

Derivado a que el 2015 es un año electoral y un cambio de autoridades gubernamentales es inminente, como parte de la labor realizada en el EPS, se realizó una propuesta de los puestos ideales que deberían laborar para la unidad de Comunicación Social, debido a la importancia que cobra esta sección para dar a conocer los temas que realiza el INGUAT, siendo el máximo ente rector del turismo en el país y siendo conscientes del aporte económico que este sector representa para Guatemala.



Creación: Banca Del Cid, 2015.

Descripción de los puestos

Jefe Comunicación Social
A esta persona le corresponde dirigir y coordinar las actividades propias de la Unidad de Comunicación Social.

Asistente Administrativa
Persona que realizará los trámites administrativos para el adecuado funcionamiento de la unidad, entre ellos pagos a proveedores, solicitudes a las autoridades entre otras.

Corrector de Estilo

A esta persona le corresponderá revisar todos los textos que serán publicados por la institución, los cuales deben pasar por los ojos de un experto en letras, quien vea minuciosamente todos los documentos como comunicados de prensa, políticas, así como apoyo a diseño gráfico, para evitar falta ortográficas en los anuncios publicitarios.

Reportero Redactor

Persona que apoyará a la atención de los requerimientos de los medios de comunicación y realizará el monitoreo de noticias relacionadas a la industria turística.

Reportero Institucional

Investigar y reportear tanto dentro como fuera de la institución con el objetivo de generar contenidos noticiosos para dar a conocer la labor de INGUAT o temas de interés para la institución y sus audiencias.

Fotógrafo Institucional

Persona encargada de documentar con fotografías las actividades propias de la institución.

Fotógrafo de Promoción

Persona encargada de documentar los lugares turísticos para que sus fotografías sean utilizadas por el departamento de Mercadeo para la promoción de país a nivel internacional y nacional.

Productor
Producción audiovisual de noticias institucionales y material que le sea requerido.

Técnico en Material Audiovisual
Será la persona que realice la duplicación de material audiovisual producido por la institución, para ser difundido en requerimientos a Ferias Internacionales. Tiene a su cargo el equipo de duplicación de discos.



Programa de Servicio de INGUAT

INGUAT cuenta con un Manual de Cultura de Servicio, a través del cual se establecen estándares y valores los cuales son inculcados en los colaboradores y se busca que sea una institución ejemplar en el servicio al cliente interno y externo.

Estándar: es una unidad de medida que señala claramente el comportamiento esperado de los colaboradores y es utilizado para evaluar y mejorar el desempeño constante de los servicios brindados.

Valor: es una característica moral y ética que se transforma en virtud a través de la práctica.

Actitud de Servicio
Es la disposición que mostramos en todas las situaciones para ayudar a otros.

Honestidad
Obrar correctamente, reconociendo los errores y manteniendo la conciencia limpia.

Comunicación
Compartir lo que pensamos, sentimos y hacemos.

Responsabilidad
Cumplir a cabalidad los propios deberes.

Compromiso
Prácticas y comportamientos establecidos que buscan la excelencia.

Respeto
Honrar la dignidad de las personas y sus derechos.

Armonía
Equilibrio interno y externo que busca la unión y convivencia adecuada para alcanzar un fin común.

Lealtad
Compromiso de defender los valores de nuestra institución.

Espíritu Positivo
Identificar y valorar lo positivo de las personas y las situaciones.

AGRADECIMIENTO

Este trabajo busca ser un aporte para el Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT, aprovechando la valiosa oportunidad que brinda la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala a los estudiantes con cierre de pensum a través del Ejercicio Profesional Supervisado, EPS, en su sitio de trabajo, convirtiéndose en una oportunidad para futuros comunicadores sociales.

Agradezco a los colaboradores de la unidad, quienes dieron sus aportes para realizar esta propuesta de manual.

Adrián Ramos
Flor Carney
Eduardo Martínez
Marco Tulio Rodas
Olga de Váquez

Guatemala 2015