

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA MEJORAR EL CLIMA LABORAL EN LA DIRECCIÓN  
DECOMUNICACIÓN DEL CONGRESO DE LA REPÚBLICA



Trabajo de EPS Presentado por  
Lilian Patricia González Monroy

Previo a obtener el título de  
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

ASESPR

M.A. MARCO JULIO OCHOA

GUATEMALA, OCTUBRE DEL 2,015

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

**Consejo Directivo**

**Director ECC, USAC**

Lic. Julio Estuardo Sebastián Chelín

**Secretaría Administrativa**

M.A. Claudia Molina

**Representantes Docentes**

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Bran

**Representante Egresado**

Lic. Michael González Batres

**Representantes Estudiantes**

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León

**Coordinador General EPSL**

Lic. Sergio Morataya

**Coordinador EPSLSB**

M.A. Julio Ochoa

**Supervisor**

Licda. Evelin Morazán Gaitan

**Supervisor**

Licda. Brenda Chacón



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

Guatemala, 27 de febrero 2015

EPSL-B62-2015

Licenciado:

Fernando Bolaños

Director de Comunicación Social

**CONGRESO DE LA REPUBLICA**

Ciudad Guatemala

Lic. Fernando Bolaños

Por medio de la presente solicito se sirva recibir como practicante de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, al(a) estudiante: **LILIAN PATRICIA GONZÁLEZ MONROY**, carné 199318472, quien manifestó su deseo de hacer Practica Profesional Supervisada en su institución, para el efecto, se requiere lo siguiente:

- Extenderle una carta de aceptación.
- Facilitarle los materiales para hacer su práctica.
- Aceptar que dentro del Plan y Estrategia de Comunicación de 2015 de su institución, el(a) estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico, elaborar un plan y ejecutar una estrategia, que ayude al Proceso de Comunicación Interno o Externo de su Institución.
- Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional – EPS-.

Atentamente,

**"ID Y ENSEÑAR A TODOS"**

MA. Marco Julio Ochoa  
Coordinador EPS Licenciatura  
Cel. 59000007



03/03/2015  
a. 130

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



Copia: archivo  
MJOE-EMG



**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](http://www.comunicacionusac.org)



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

OF. No. 021-2015 FB/vs

*Guatemala 03 de Marzo del 2015*

*MA  
Marco Julio Ochoa  
Coordinador de EPS Licenciatura  
Universidad San Carlos de Guatemala*

*Estimado MA:*

*Atentamente me dirijo a usted, con el propósito de informarle que la estudiante **Lilian Patricia González Monroy**, de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación se le ha autorizado realice su práctica profesional supervisada en este Organismo; lo anterior para su conocimiento.*

*Sin otro particular, me suscribo de usted, atentamente.*

*Luis Fernando Belaños Barillas  
Director de Comunicación Social  
Congreso de la República*



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



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

Guatemala 29 de octubre del 2015

Estudiante Epesista de Licenciatura:  
Lilian Patricia González Monroy  
Carné no. 199318472  
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Luego de evaluado su trabajo académico impreso y de campo titulado: **“Estrategia de comunicación interna para mejorar el clima laboral de la dirección de Comunicación del Congreso de la República”**, y haber sustentado el examen y defensa de su proyecto de EPS de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se da por Aprobado por Unanimidad del Tribunal Examinador su trabajo final y se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la impresión de su trabajo final de EPSL en un número de 7 ejemplares impresos que deberá entregar a diferentes instancias así como 3 CD's con el documento incluido en formato PDF los cuales deberá entregar a las Bibliotecas Flavio Herrera y la Central, y a la Comisión de Tesis de la E.C.C.

Sin más que constatar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

MA. Marco Julio Ochoa

Coordinador EPS Licenciatura

Cel. 59000007



**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](http://www.comunicacionusac.org)

“Para efectos legales,  
únicamente el autor  
es responsable del contenido  
del presente trabajo investigativo”.

## **ACTO QUE DEDICO**

- A DIOS: Por haberme permitido, mis peticiones y oraciones, y por estar ahí para amarme y perdonarme, gran Dios.
- A MI MADRE: María Cordero Donis, por sus consejos y apoyo que contribuyeron con lo que soy como persona, y que Dios tenga en su gloria.
- A MI TIO: Marco Polo Díaz Cordero por su gran apoyo incondicional y su paciencia.
- A MI HERMANA: Roxana Liseth Monroy, por el cariño fraternal y el apoyo incondicional.
- A MIS HIJOS: Astrid Fernanda, Iann Amaury, por las muestras de cariño, y que mi esfuerzo les sirva como ejemplo.
- A MIS AMIGAS: Claudia Marroquín, Claudia Pineda, Rosa González,  
Mercedes Posadas, Benjamín Canteo, Ana Solís,  
Miriam Gómez, Carol Gómez, Jessi Gómez, por estar conmigo en los gratos recuerdos.
- A MIS SOBRINAS: Ángela María, Gloria Amparo, Emily Yessenia.
- A MIS ASESORES: M.A. Julio Ochoa, Lic. Evelin Morazán.
- A LA UPAT: Por el apoyo incondicional en cada uno de mis proyectos.
- A USAC Y ECC: Por impartirnos el conocimiento, para engrandecer a este bello país, por medio de los profesionales de la comunicación.
- A TODOS: Familiares y amigos y en especial a ROD.

## ÍNDICE

Introducción .....	i
Estrategia de comunicación para mejorar el clima laboral en la dirección de comunicación del congreso de la república.....	ii
Antecedentes.....	iii
Justificación.....	iv

## CAPÍTULO I

### EL DIAGNÓSTICO

1.1 El Diagnóstico Comunicacional .....	1
1.2 Comunicación .....	2
1.3 Tipos de Comunicación .....	4
1.3.1 Comunicación verbal. ....	4
1.3.2 Comunicación no verbal .....	4
1.3.3 Comunicación escrita.....	5
1.3.4 Comunicación humana .....	5
1.3.5 La Comunicación formal .....	6
1.3.6 La Comunicación descendente .....	6
1.3.7 La Comunicación ascendente.....	6
1.3.8 La Comunicación horizontal.....	6
1.3.9 La Comunicación descendente .....	7
1.3.10 Comunicación gerencia .....	7
1.3.11 Comunicación de los empleados .....	7
1.3.12 Necesidades de la comunicación.....	7
1.3.13 Desarrolle la confianza de sus empleados.....	8
1.3.14 Comunicación Interna .....	8
1.3.15 Comunicación externa .....	8
1.3.16 Comunicación Integral .....	8



1.3.17 Comunicación organizacional .....	9
1.3.18 Comunicación actual.....	9
1.4 El proceso de la observación.....	9
1.4.1 La observación .....	9
1.4.2 Tipos de observación.....	12
1.4.3 Observación estructurada.....	12
1.4.4 Observación no estructurada .....	13
1.4.5 Observación participante .....	13
1.4.6 Observación actual .....	13
1.5 Conclusiones de lo observado .....	14
1.6 Objetivos del diagnóstico .....	15
1.6.1 General.....	15
1.6.2 Específicos .....	15
1.7 Descripción Institucional.....	15
1.7.1 La institución.....	15
1.8 Antecedentes .....	16
1.8.1. Historia del Congreso.....	16
1.8.2 Antecedentes Históricos.....	17
1.9 Visión .....	20
1.10 Misión .....	20
1.11 Organigrama Institucional .....	21
1.11.1 Organigrama del Poder Legislativo.....	21
1.11.2 Organigrama Dirección de Comunicación Social .....	22
1.12 FODA Comunicacional.....	23
1.12.1 Fortalezas.....	23
1.12.2 Oportunidades .....	23
1.12.3 Debilidades.....	23
1.12.4 Amenazas.....	24
 CAPÍTULO II	
2.1 METODOLOGÍA.....	25

2.1.1 Metodología .....	25
2.1.1.1 Tipos de Metodología .....	27
2.1.1.2 Metodología Integrada.....	27
2.1.1.3 Metodología de la Investigación .....	27
2.1.1.4 Metodología Cuantitativa .....	28
2.1.1.5 Metodología Cualitativa .....	28
2.2 Tipos de Comunicación Utilizada .....	29
2.3 Tipos de Investigación Descriptiva Cuantitativa.....	30
2.3.1 Investigación Descriptiva .....	30
2.3.2 Investigación Analítica .....	31
2.3.3 Investigación Experimental .....	31
Investigaciones Cuasi-Experimentales .....	31
2.4 Instrumento .....	33
2.4.1 La Observación Utilizada .....	33
2.4.2 La Entrevista.....	33
2.4.3 Encuesta.....	34
2.4.4. Fórmula Aplicada a la Población .....	34
2.4.5 Descripción de la Formula .....	35
2.5 Cronograma de Actividades .....	36
2.6 Presentación de Resultados.....	37
2.7 Conclusiones.....	47
<b>CAPÍTULO III</b>	
<b>PROPUESTAS DE LA COMUNICACIÓN</b>	
3.1 Plan de Comunicación.....	48
3.2 Objetivos de la Propuesta .....	48
3.2.1. General .....	48
3.2.2. Específicos .....	48
3.3 Descripción de la Propuesta.....	49
3.4 Justificación de la Propuesta .....	49
3.5 Estrategia para su Implementación .....	49

3.6 Cronograma de Ejecución .....	50
3.6.1. Presupuesto.....	51
3.6.2. Recursos.....	51
3.7 Conclusiones Finales .....	51
3.8 Recomendaciones Finales .....	52
<b>CAPÍTULO IV</b>	
<b>CONTROL Y SEGUIMIENTOS</b>	
4.1 Ejecución de Propuestas.....	53
4.1.1 Capacitación de Noticias Radiofónicas .....	54
4.1.2 Convivencias Motivacionales en Comunicación Social .....	55
4.1.3 Convivencias Motivacionales en la UPAT .....	56
4.1.4 Entrevista con el Director de la UPAT.....	57
4.1.5 Capacitación de Relaciones Interpersonales .....	58
4.2 Descripción de Materiales Utilizados .....	59
Dentro de los proyectos se utilizó .....	59
4.2.1 Capacitación al Personal .....	59
4.2.2 Convivencias Motivacional.....	59
4.2.3 Solicitud del Instituto Holandés .....	59
4.2.4 Entrevista.....	59
4.3 Presentación de Resultados.....	60
Conclusiones Finales.....	63
Recomendaciones Generales .....	63
Referencias Bibliográficas.....	65
Anexos.....	67

## INTRODUCCIÓN

En esta investigación se logro detectar que si existen varias debilidades pero debido a que existe mucha burocracia muy difícil que seden los proyectos aunque de antemano pueden ser muy necesarios para cualquier departamento. También que si existe personal y equipo de sacar las tareas necesarias con lo que cuentan a su alrededor.

Uno de los problemas es que siempre dicen que no hay presupuesto, o que tal vez no sea necesario por el momento y lo vienen deteniendo hasta el último momento. Tal vez se cuenta con la ayuda de donaciones que de alguna manera resulta más favorable, pero que al final todo lleva un proceso, y por protocolo se hace más difícil.

Tal vez se cuenta con el personal profesional, pero no se tiene el equipo que valla de acuerdo a la tecnología con lo que estamos hoy en día, y por eso es que miran ciertas dificultades para optar a crear áreas que realmente son necesarias para las demás dependencias.

**ESTRATEGIA COMUNICACIONAL EN LA RADIO DEL CONGRESO DE LA  
REPUBLICA DE GUATEMALA**

## ANTECEDENTES

- ✓ CUZ KUCKLING, MARVIN ANIBAL  
Radio Universidad, propuesta para una comunicación alternativa. -- Guatemala: USAC, 1995.- 172 p.
- ✓ CHAMALE GARCIA, MARIA LETICIA  
Radio alternativa [Católica] en Guatemala y su Perspectiva social. — Guatemala: USAC, 1995. 77 p.
- ✓ JUAREZ BATRES, JAIRO MIGUEL  
Guía práctica para elaborar entrevistas periodísticas
- ✓ MEJIA PAREDES, CARLOS EDUARDO  
Limitaciones de la información por radio en Guatemala.-- Guatemala: USAC, 1991. 103 p.
- ✓ OLIVA MEZA, RENE DAVID  
Radio y participación infantil / experiencias de validación Participativa con niños y niñas de escuelas públicas de la Ciudad capital.-- Guatemala: USAC, 1993. 100 p.
- ✓ ORTIZ MORALES, SILVIA MARITZA  
La radio como medio de educación no formal.-- Guatemala: USAC, 1995. 103 p

## JUSTIFICACIÓN

Una de las necesidades más apremiantes en las instituciones debería ser la estabilidad de sus trabajadores. En la sociedad son pocas las instituciones que cuentan con un programa dirigido a sus empleados, ya que no se cuenta con presupuesto que sea canalizado para esta área.

En la actualidad el aumento en los despidos o constantes amenazas de despidos, la falta de remuneración justa, huelgas o paros laborales y sindicatos, son factores laborales que predisponen a los empleados a padecer algún problema. También que solo se dedican al trabajo necesario, y que no se cuenta con una motivación al personal.

Es por ello que a través de este estudio se pretende dar pronta respuesta a las distintas necesidades que se tienen en las distintas aéreas de este departamento, ya que con ello se tratara de buscar dichas soluciones para que todo el personal se sienta bien en su área de trabajo, y que a la vez la institución busque las formas necesarias para incentivar.

El interés investigativo, el esfuerzo humano, ético y profesional de indagar y proponer posibles soluciones sobre la problemática planteada, es una alternativa viable debido a que los trabajadores han demostrado cuales son realmente las necesidades que se tienen en cada área, y que han visto que siempre ponen recursos de presupuesto que no hay en estos momentos.<sup>1</sup>

Por supuesto que existe una comunicación interna pero solo con diferentes grupos y que los mismos trabajadores han hecho dependiendo de las lasos que se tengan, y que también han demostrado todos, pero en este tipo de instituciones es bien difícil que busque un presupuesto destinado para resolver necesidades, entonces el departamento debería buscar posibles soluciones que si pueden encontrar con todo el apoyo que se cuenta externamente.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> <http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/auprides>

<sup>2</sup> <http://asesoriatesis1960.blogspot.com/>

# CAPÍTULO I

## EL DIAGNÓSTICO

### 1.1 *Diagnóstico comunicacional*

El hombre se distingue de los otros sistemas biológicos por la amplitud de su facultad de comunicación. Existe una multitud de modos de comunicación. Vamos a citar en el antiguo lenguaje de los signos, perfeccionado por los sordomudos, el código de Morse, el lenguaje de banderines y balizas, el código de circulación, la escritura. Nuestra sociedad se transforma cada vez más en un sistema social, en un conjunto de partes diversas, cada una de las cuales se define por sus funciones o sus objetivos y se une con las demás a través de interacciones.

La comunicación puede definirse matemáticamente como el establecimiento de una correspondencia univoca entre universo espacio-temporal E, Emisor, y un espacio-temporal R, Receptor. Como podemos observar, las definiciones anotadas de algunos estudiosos de la comunicación se refieren básicamente al fenómeno en relación al hombre. Como canal de comunicación podemos señalar la Gravitación Universal, que hace posible la existencia de los sistemas astrales.

El comunicarse significa compartir información entre un destinador y un destinatario. No es lo mismo la transmisión, esta no implica compartir, sino solamente transferir información. En un estudio de comunicación se ocupan varias disciplinas, principalmente la semiótica, la cibernética, la lingüística, y la lógica matemática.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Dr. Francisco Palma. 1990. Manuel de Lingüística. Pág. 12,13,14



Una comunicación es un conjunto de medios instrumentos y recursos que permiten transmitir ideas, actitudes e imágenes de una persona, generación o sociedad a otra.<sup>2</sup>

## 1.2 **Comunicación**

Transmitir información de una entidad a otra, alterando el estado de nuestro conocimiento de la entidad receptora. La entidad emisora se considera única. Aun que simultáneamente pueden existir diversas entidades emisores, y transmitiendo la misma información o mensaje. Por otra parte puede haber más de una entidad receptora. En el proceso de comunicación unilateral la entidad emisora no altera su estado de conocimiento, a diferencia del de las entidades receptoras.

Los procesos de la comunicación son interacciones mediadas por de entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de datos en los signos y tienen unas reglas semióticas comunes.

Tradicionalmente, la comunicación se ha definido como «el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante el cual habla, escritura u otro tipo de señales». Todas las formas de comunicación requieren un emisor, un mensaje y un receptor destinado, pero el receptor no necesita estar presente ni consciente del intento comunicativo por parte del emisor para que el acto de comunicación se realice. En el proceso es algo comunicativo, la información es incluida por el emisor en un paquete y para canalizada hacia el receptor a través del medio. Una vez recibido, como del receptor decodifica el mensaje y proporciona una respuesta.

El funcionamiento de las sociedades humanas es posible gracias a la comunicación. Ésta consiste en el intercambio de mensajes entre los nuevo sin individuos. En la actualidad se entiende que el buen funcionamiento de la sociedad

---

<sup>2</sup> Dr. Francisco Palma. 1990. Manuel de Comunicación Lingüística. Pág. 12,13,14

depende no sólo de que estos intercambios existan, sino de que sean óptimos en cierto sentido<sup>3</sup>.

La comunicación es una acción y efecto de comunicar o comunicarse. Trato, correspondencia, reciprocidad amistosa entre dos o más personas. Unión que se establece entre mares, pueblos, casas, habitaciones, etc. Mediante pasos, crujiás, escaleras, vías, canales, cables y otros recursos. También es hacer partícipe de lo que uno tiene. Descubrir o manifestar o hace saber a uno alguna cosa. Consultar, conferir examinar, tratar con otros un asunto tomando su parecer. Impulso innato del hombre tendiente a posibilitar el conocimiento del Yo, una función natural que le lleva a exteriorizar su realidad. Es el proceso de haber comunes o intercambiar estudios subjetivos, tales como ideas, sentimientos, creencias generalmente por medio de representaciones visuales, imitaciones y sugerencias.

Debido a que la comunicación es el medio por el cual una persona influye sobre otra y es a su vez influida por ella, se convierte en el portavoz real del proceso social. La comunicación se caracteriza como el aspecto dinámico de la sociedad humana. De acuerdo más explícito de comportamiento comunicativo, sería el proceso de comunicación por excelencia en toda sociedad conocida, y es extraordinariamente importante observar que cualesquiera que sean las limitaciones de una sociedad primitiva vista desde la privilegiada perspectiva de la civilización.

La comunicación es la acción por la que se hace participar a un individuo o a un organismo situado en una época, en un punto R dado, en las experiencias y estímulos del entorno de otro individuo, de otro sistema situado en otra época, en otro lugar. Como comparamos lo que hemos aprendido de la experiencia directa con lo adquirido por medio de la comunicación con los demás (palabras, impresos, conversaciones, y

---

<sup>3</sup> Rafael Avila. 2004.Org/comunicación. Pág. 112, 113,114.

toda la gama de la comunicación) el alcance de nuestra propia experiencia parece asombrosamente limitado.<sup>4</sup>

### **1.3 TIPOS DE COMUNICACIÓN**

La comunicación es clave para el mantenimiento de las relaciones de negocios con éxito. Por esta razón, es de suma importancia que los nuevos profesionales que trabajan en entornos de negocios tengan una capacidad de comunicación de primera clase. Hay tres tipos básicos de comunicación: verbal, no verbal y escrita. Si usted desea tener éxito en los negocios, y que necesita dominar cada uno de estos tipos de comunicación.

#### **1.3.1 Comunicación verbal**

La comunicación verbal u oral utiliza la palabra hablada para comunicar mensaje. Cuando la mayoría de la gente piensa en la comunicación verbal, solo piensan en hablar, escuchar es una habilidad igualmente importante en este tipo de comunicación para tener éxito. La comunicación verbal es un ente aplicable a una amplia gama de situaciones, desde las discusiones informales de oficina, hasta las intervenciones públicas a miles de personas.

#### **1.3.2 Comunicación no verbal**

La comunicación no verbal incluye el lenguaje corporal, los gestos, expresiones faciales, e incluso la postura. La comunicación no verbal es que establece el tono de una conversación, y puede socavar seriamente el un mensaje contenido en sus palabras, si usted no tiene cuidado de controlarlo. Por ejemplo, encorvarse y encogerse en la silla durante una reunión de los negocios puede hacer que usted se parezca poco

---

<sup>4</sup> Dr. Francisco Palma. 1997. Manual de Comunicación lingüística. Pág. 8, 9,10.

seguro, lo que puede llevar a la gente a dudar de la fuerza de sus contribuciones verbales.<sup>5</sup>

### 1.3.3 **Comunicación escrita**

La comunicación escrita es esencial para la comunicación de una compleja, como estadísticas u otros datos, que no se puedan comunicar es fácilmente a través del habla. La comunicación escrita también permite que la información se registre de modo que se pueda consultar en una fecha de la posterior. En la producción de una pieza de comunicación escrita, es también especialmente una que es probable que se refiera una y otra vez, esto es necesario planificar lo que quiere decir con cuidado para asegurar que toda la información pertinente se comunica con precisión y claridad.

### 1.3.4 **Comunicación humana**

Hay tres partes principales en el rostro humano para hacer frente a la comunicación, que son el lenguaje corporal, la tonalidad de voz, y estas son palabras. Aunque el porcentaje exacto de influencia puede ser diferente, como la comunicación en su conjunto se esfuerza por lograr el mismo objetivo y por lo tanto, en algunos casos, puede ser universal. Sistema de señales, tales y de cómo sonidos de voz, la entonación o el tono, gestos o símbolos escritos que se comunican los pensamientos o sentimientos. Los animales no tienen una forma escrita de idioma, sino que utilizan un lenguaje para comunicarse. En ese sentido, una comunicación entre animales puede ser considerado como una lengua aparte.

La lengua utilizada por los humanos puede ser descrita como algo de símbolos (a veces conocido como lexemas) y la gramática (reglas) por el que se manipulan los símbolos. La palabra "idioma" es también usado para esto referirse a las propiedades

---

<sup>5</sup> Pág. Web.[www.cca.org.mx/lideres/cursos/redacción/contenido](http://www.cca.org.mx/lideres/cursos/redacción/contenido)

comunes de las lenguas. El aprendizaje de los idiomas es normal en la infancia humana.<sup>6</sup>

### **1.3.5 La Comunicación formal**

Es aquella donde los mensajes siguen los caminos oficiales dictados por la jerarquía y especificados en el organigrama de la organización. Por regla general, estos mensajes fluyen de manera descendente, ascendente u horizontal.

### **1.3.6 La comunicación descendiente**

Sirve para enviar los mensajes de los superiores a los subordinados; uno de los propósitos más comunes de estos comunicados es proporcionar las instrucciones suficientes y específicas de trabajo: “quien, debe hacer que, cuando, como, donde, y porque”.

### **1.3.7 La comunicación ascendente**

Es la que va del subordinado a hacia los superiores. El principal beneficio de esta comunicación es ser el canal por el cual la administración conoce las opiniones de los subordinados, lo cual permite tener información del clima organizacional en esos ámbitos.

### **1.3.8 La comunicación horizontal**

Se desarrolla entre personas del mismo nivel jerárquico. La mayoría de los mensajes horizontales tienen como objetivo la integración y la coordinación del personal de un mismo nivel.

---

<sup>6</sup> Pág. Web. [www.cca.org./cursos/redaccion/contenido](http://www.cca.org./cursos/redaccion/contenido)

### **1.3.9 Comunicación descendente**

Es el tipo de comunicación que se da cuando los niveles superiores de la organización transmiten uno o más mensajes a los niveles inferiores. Esto quiere decir que por comunicación descendente no se entenderá exclusivamente aquella que se origina en la gerencia y termina en los empleados, sino también y de manera muy importante, la que se origina en los niveles directivos y que fluye a la gerencia, ya que sin esta última, la primera no tendría ningún sentido.

### **1.3.10 Comunicación gerencial**

En muchas ocasiones los esfuerzos más importantes de comunicación se dirigen a los empleados: “total, la gerencia puede cuidarse sola”. Sin embargo, también existen razones por las que la comunicación de los directivos hacia los gerentes tiene la misma importancia; entre otras, que los gerentes no pueden transmitir un mensaje con mayor claridad con la que ellos mismos lo entienden, y que una parte central de las actividades directivas son las actividades comunicativas.

### **1.3.11 Comunicación de los empleados**

La gerencia tiene a su disposición una multitud de técnicas además de la ayuda de personal especializado, para mejorar la comunicación descendente ¿porque este fenómeno? Cuando el gerente no tiene claros sus objetivos, metas y planes.

### **1.3.12 Necesidades de la comunicación**

En la mayoría de los casos los gerentes piensan que comprenden las necesidades de comunicación de su personal, pero a menudo sucede que sus empleados no comparten esta opinión. Debido a ello, es muy importante que estén atentos a esta

necesidad, sus cambios y desarrollo, para no quedarse con una confianza excesiva que les impida tomar las debidas precauciones.

#### **1.3.13 *Desarrolle y mantenga la confianza de sus empleados***

Uno de los elementos más importantes en toda comunicación, y que en gran medida puede deberse a su actitud comunicativa, es la confianza que existe entre emisores y receptores, ya que esta impacta de manera muy relevante a la eficacia de la comunicación. A este aspecto se le conoce como de la responsabilidad de todo gerente es contar con la información necesaria que le permita desarrollar sus labores de manera eficaz y eficiente.

#### **1.3.14 *Comunicación interna***

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

#### **1.3.15 *Comunicación externa***

Es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, proveedores, clientes, distribuidores, autoridades gubernamentales.

#### **1.3.16 *Comunicación integral***

Es una gran variedad de modalidades interna y externa, vertical, horizontal y diagonal, interpersonal, intergrupala e institucional.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Pág. Web.[www.definición/contenido/concepto](http://www.definición/contenido/concepto)

### **1.3.17 Comunicación organizacional**

El concepto de cultura ha entrado con fuerza a la jerga de las organizaciones en los últimos años, y cada vez más ligado al de comunicación. De hecho, una manera muy entendida de entender la cultura es como un conjunto de significados compartidos que proporcionen un marco. La organización organizacional, como una función específica realizada por profesionales, debe, antes que nada, contribuir al logro de los objetivos de la empresa.

### **1.3.18 Comunicación actual**

Al hablar de la evolución que ha experimentado la comunicación organizacional en las últimas décadas se atribuyó una importancia especial al hecho que el especialista en comunicación debe continuar su cambio al pasar de un rol reactivo o estratégico, lo cual implica la capacidad de tener una perspectiva de largo alcance.<sup>8</sup>

## **1.4 PROCESO DE LA OBSERVACIÓN**

### **1.4.1 La Observación**

El observar a uno es poner la mirada en él, como es considerarlo como objeto."La observación es un proceso cuya función primera e inmediata esta información sobre el objeto que se toma en consideración. Esta recogida esto implica una actividad de codificación: la información bruta seleccionada se lo traduce mediante un código para ser transmitida a alguien.

Los numerosos sistemas de codificación que existen, podrían en la de agruparse en dos categorías: los sistemas de selección, en los que la nuestra información se codifica de un modo sistematizado mediante unas cuadrículas o parrillas

---

<sup>8</sup> Pág. Web.[www.definición/contenido/concepto](http://www.definición/contenido/concepto)



preestablecidas, y los sistemas de producción, en los que como uno observador confecciona él mismo su sistema de codificación.

En su origen la palabra "observar" significaba "ajustarse a lo que está prescripto" (ponerse en actitud de siervo ante la ley): "observar los nuestros mandamientos", "observar la Ley". En este sentido se habla de observancia: se vigila, se observa también, a cualquiera que infringe la norma para hacerle una observación o una indicación. Aunque nosotros nunca utilizaremos este significado, es interesante con todo subrayarlo para acotar el campo cual es connotativo de la noción de observación.

En los contextos experimentales, clínico y educativo, la observación va alternativamente varias significaciones más específicas, derivadas de suprimir sentido (la observación considerada como un proceso). La observación es un objetivo que hay que conseguir o una aptitud hay que desarrollar: aprender a observar; desarrollar el sentido de la observación.. La observación organiza las percepciones. Ello implica toda una serie de las operaciones de sensibilización y de concentración de la atención, de nueva comparación, de discernimiento, todo ello dirigido por una intención.

Observar es un acto promovido a la vez por disposiciones de orden cognitivo y afectivo, cuyo producto es una creación del espíritu. Al final el producto de una nueva observación puede ser que no tenga ninguna existencia real, es una como representación interiorizada, seguida de una expresión exteriorizada en los lenguajes muy distintos (verbal, gráfico, formal, etc.) de una realidad es como percibida. En ella juegan un papel importantísimo la intencionalidad y como la atribución de un significado.

La selección de datos: comprende la recogida de información en la sea de que se trata. Las informaciones que hay que recoger dependen de estos objetivos que uno se fije. Puede hacerse en función de una hipótesis y como preconcebida o de una manera más explícita, en función del objetivo que se persigue con la investigación.

En la observación en un medio natural, como es el caso de las nuevas educativas, las influencias producidas por el observador, son más difíciles de someter a un estudio experimental.

El observador de una situación pedagógica puede ser una persona que formación, un formador, un maestro que participa de una experiencia como pedagógica, un investigador, un inspector. Las condiciones psicológicas se cambian según el estatus o el rol que le atribuyen los participantes en la que esta situación que hay que observar. Puede tratarse de una verdadera intrusión que introduce modificaciones en las estructuras comportas mentales; o bien de una presencia reactiva que enriquece algunos fenómenos habituales sin llegar a modificarlos total.<sup>9</sup>

La observación forma parte del método científico ya que, junto a la experimentación, permite realizar la verificación empírica de los fenómenos. La mayoría de las ciencias se valen de ambos recursos de manera complementaria; la astronomía suele ser tomada como ejemplo de las ciencias que se basan en la observación. En este caso, la experimentación no es posible ya que el objeto de estudio no puede trasladarse al laboratorio. La observación científica consiste en la medición y el registro de los hechos observables. Esta actividad se debe realizar de forma objetiva, sin que las opiniones, los sentimientos y las emociones influyan en la labor técnica.

La observación también se realiza en el ámbito del arte y consiste en una mirada detallada para apreciar las características de una obra. Al observar una pieza artística con atención, es posible analizar las cualidades visuales y comprender el significado de aquello que el artista quiso expresar.

La observación es una acción o efecto de observar, investigación o comprobación atenta de los hechos tal como se presentan naturalmente, sin forzarlos o modificarlos.

---

<sup>9</sup> Pág. Web.[www.definición.de/observación](http://www.definición.de/observación)

En filosofía<sup>10</sup> el término observación<sup>11</sup> se opone al de experimentación, distinguiéndose el primero porque al objeto observado se le deja manifestarse tal como es, sin intervenir para nada en su funcionamiento, mientras que en la experimentación se varía o se interviene en su funcionamiento.<sup>12</sup>

#### 1.4.2 **Tipos de observación**

La *observación* es el acto y la consecuencia de observar a algo o alguien para adquirir o detectar información. La observación, junto con la experimentación, forman parte del método científico ya que es a partir de estos que se logran verificar los fenómenos. Se puede hablar de tres formas de observación

#### 1.4.3 **Observación estructurada**

Esta clase de observación se aboca a lo cuantitativo y es la realizada a la hora de observar un problema que ha sido definido con claridad. Esta observación permite realizar un estudio preciso de los patrones que quieren medirse y observarse. La observación estructurada es la idónea a la hora de realizar investigaciones del tipo concluyente por que impone límites al investigador para incrementar tanto la objetividad como la precisión para obtener la información requerida.

---

<sup>10</sup> Pág. Web. <http://definicion.de/observacion/>

<sup>11</sup> Lauren Ladrón. 2006. Definición de observación - Qué es, Significado y Concepto. Pág. 136

<sup>12</sup> Alvaro Obregón. 1980. Enciclopedia/Ilustrada Volumen 10. Pág. 201, 202

#### **1.4.4 Observación no estructurada**

Este tipo de observación se la considera una técnica cualitativa, que no recurre a la determinación de categorías predeterminadas para registrar los acontecimientos a observar, como la estructurada. De todas maneras, una vez realizada la observación se suelen formular categorías para lograr una interpretación de los datos.

#### **1.4.5 Observación participante**

Esta observación deviene de un investigador que se integró en un grupo y actuó como un miembro más del mismo. Lo que el investigador, quien puede o no informar sobre su proyecto de investigación, debe lograr es que su presencia no influya de ninguna manera en la actividades del grupo, para que no existan distorsiones. Permite a quien la realiza tener una comprensión elevada sobre las conductas del grupo y a la vez, registrar comportamientos no verbales.

Lo ideal es que quien realice la investigación retenga la mayor cantidad de información posible, a fin de no tener que realizar las anotaciones frente al grupo. Gracias a la observación participante se logra ir más allá de la mera explicación de fenómenos del tipo social, ya que también permite una comprensión de los mismos desde adentro.<sup>13</sup>

#### **1.4.6 Observación actual**

El proceso de conocimiento científico comienza a partir de la observación. El investigador define por objeto de conocimiento aquello susceptible de conocer, ya que tiene la intención de aumentar su grado de conocimiento sobre el mismo.

---

<sup>13</sup> Laureano Ladrón. 2006. Definición de observación - Qué es, Significado y Concepto. Pág. 136

En primera instancia, tal problema de investigación se aborda por la observación, y se busca comprender sus características, las interrelaciones de éstas o establecer conexiones ente ese problema y otros modos de conocer su comportamiento en el contexto que lo rodea.

Observar lleva al investigador a verificar lo que se quiere investigar, implica identificar las características y elementos del objeto de conocimiento, al igual que conocer todas aquellas investigaciones paralizadas hasta ese momento. La observación implica que el investigador tenga en cuenta las experiencias previas, juicios de valor, juicios de realidad y condiciones sociales, culturales y económicas que lo afectan.<sup>14</sup>

### **1.5 Conclusiones de lo observado**

Dentro de lo que se pudo observar durante este periodo de observación puede constatar lo siguiente:

- Falta espacio dentro del canal del congreso.
- Equipo que está de acuerdo a la tecnología actual.
- Personal para que pueda cubrir las diferentes aéreas.
- Falta capacitaciones para el personal.
- Convivencias motivacionales.
- Realizar un formato radiofónico.
- Entrevistas.
- Monitoreo de Medios.
- Conciencia del Medio Ambiente.
- Equipo de cámaras
- Espacio dentro de las diferentes áreas, fotógrafos, camarógrafos, redes, videocasete.

---

<sup>14</sup> Pág. Web. [www.tipos.org/escolares-tipos](http://www.tipos.org/escolares-tipos) de observación

- Opinión a Proyectos de Ley.

## **1.6 OBJETIVOS DEL DIAGNOSTICO**

### **1.6.1 General**

Elaborar propuestas para todo el personal de comunicación del Congreso de la República para mejorar el clima laboral.

### **1.6.2 Específicos**

1. Evaluar la relación que se tiene con los jefes y los empleados, o viceversa.
2. Identificar las necesidades que se tienen de comunicación dentro de los jefes y empleados.
3. Presentar los resultados obtenidos dentro de la investigación, y presentar una propuesta para mejorar el clima laboral.
4. Planificar actividades como talleres de capacitación, charlas motivacionales para mejorar el clima que se tiene con los jefes y los empleados.

## **1.7 DESCRIPCIÓN INSTITUCIONAL**

### **1.7.1 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 entorno a su quehacer cotidiano, funcionamiento, representatividad y eficiencia.

En este sentido, la Dirección de Comunicación Social encargada de la divulgación educativa e informativa del quehacer legislativo, tiene a su cárgala 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.<sup>15</sup>

## **1.8 ANTECEDENTES**

### **1.8.1 Historia del Congreso de la República de Guatemala**

El Congreso de la República 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...” 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

---

<sup>15</sup> Pág. Web. 2013. Congreso de la República. Manual de Organización

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.

### **1.8.2 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 aquélla 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.<sup>16</sup>

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 común periodista.

Los mismos periodistas que cubrían la fuente, identificaron esa oficina como Relaciones Públicas del Congreso. Poco a poco fue creciendo, integrando a periodistas

---

<sup>16</sup> Pág. Web. 2013. Congreso de la República. Manual de Organización.



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 <sup>17</sup> Parlamentario”.*

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

*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.*

---

<sup>17</sup> Pág. Web. 2013. Congreso de la República. Manual de Organización.

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., 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 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.

### **1.9 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.”

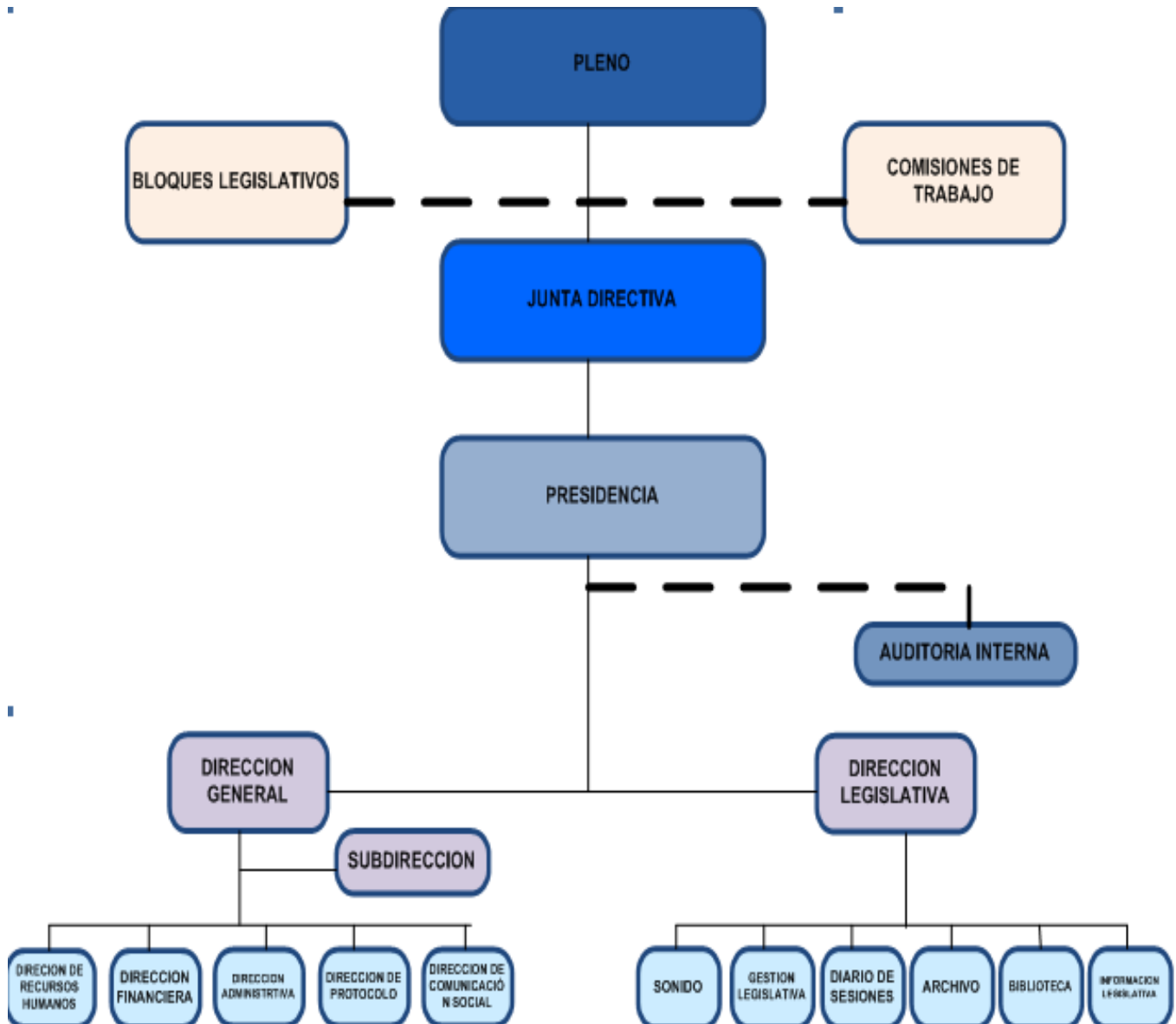
### **1.10 Misión**

“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

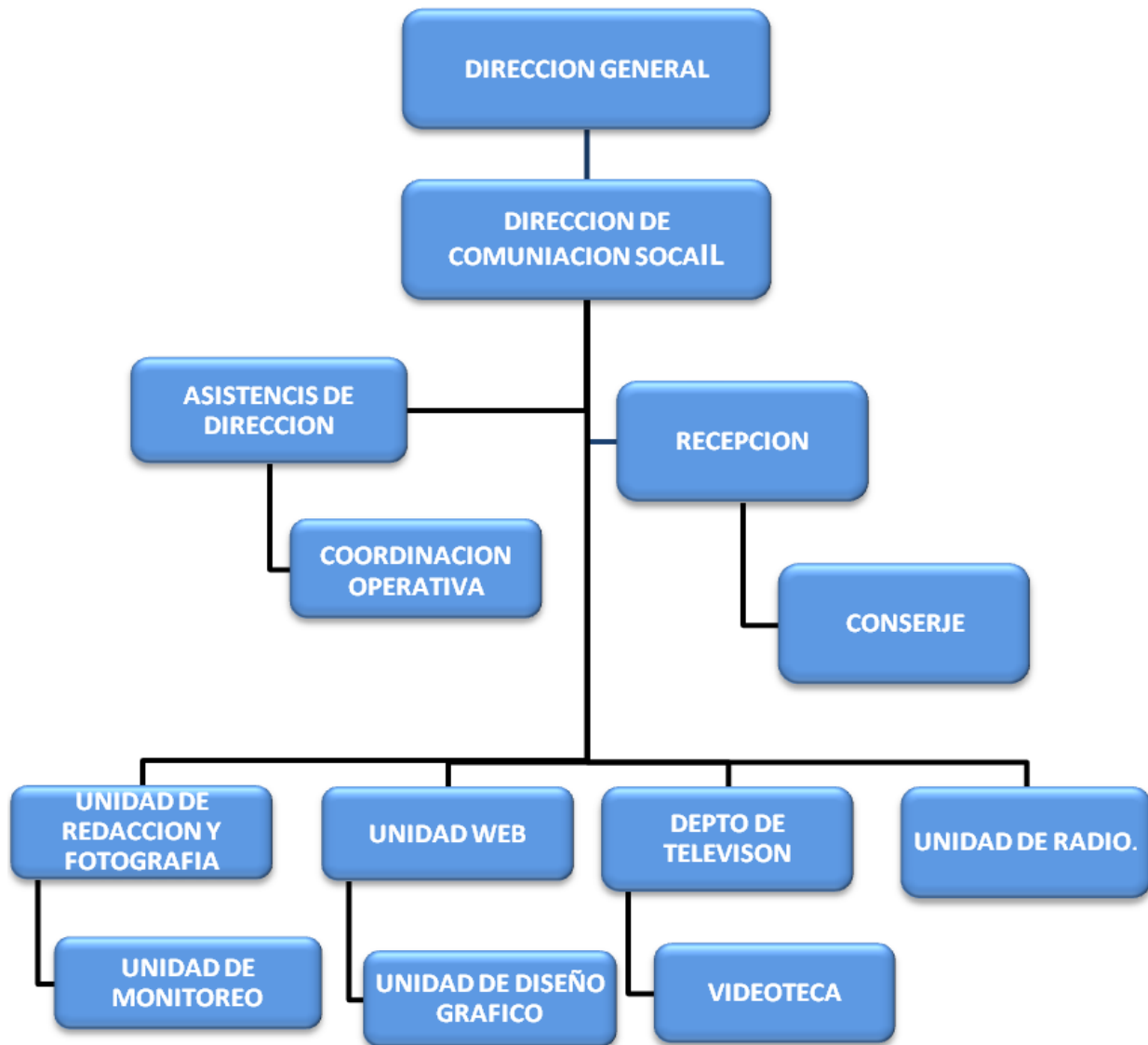
divulgación de las actividades parlamentarias, fortaleciendo imagen institucional y de esta forma, contribuir a la consolidación del sistema democrático.”

## 1.11 ORGANIGRAMA INSTITUCIONAL

### 1.11.1 Organigrama del Poder Legislativo



1.11.2 *Organigrama Dirección de Comunicación Social*



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

## **1.12 FODA COMUNICACIONAL**

### **1.12.1 FORTALEZAS**

Es una organización que cuenta con bastante personal profesional y equipo, y que de alguna se pueden realizar muchas cosas con lo que se tiene. También tiene poco espacio como para que se pueden aprovechar para darle una buena comunicación al departamento.

### **1.12.2 OPORTUNIDADES**

Si se tiene bastantes oportunidades porque si se busca el material y el apoyo que se necesita, se pueden hacer muchas cosas, pero como existe el término burocracia, cuesta un poco poder realizarlas. Además hay mucha gente profesional que da a conocer su experiencia y su conocimiento que ha tenido durante su carrera.

### **1.12.3 DEBILIDADES**

En esta organización se carece de un recurso principalmente lo que es el presupuesto, para poder realizar cualquier cambio se primero autorización y un proceso que al final pueda que sea favorable o desfavorable. Entonces todos los proyectos se quedan guardados y los vuelven a tocar cuando sale el presupuesto, aunque muchas veces se tienen muchas ideas para el cambio pero cuesta un poco.

#### 1.12.4 **AMENAZAS**

En este tipo de organización se puede correr el riesgo de la permanencia dentro de la organización, no es solo por la competencia sino que cada persona ha entrado por algún candidato o también por tener bastante tiempo, o que este generando un sueldo que puede generar más oportunidades de trabajo para otras personas<sup>18</sup>.

---

<sup>18</sup> Pág. Web.<http://www.matrizfoda.com/home.html>

## CAPÍTULO II

### 2.1 **METODOLOGÍA**

#### 2.1.1 **Metodología**

Es un vocablo generado a partir de tres palabras origen griego: *meta* (“más allá”), *Odòs* (“camino”) y *Logos* (“estudio”). El concepto hace referencia al plan de investigación que permite cumplir ciertos objetivos en el marco de una ciencia. Cabe resaltar que la metodología también puede ser aplicada en el ámbito artístico, cuando se lleva a cabo una observación rigurosa. Por lo tanto, puede entenderse a la metodología como el conjunto de procedimientos que determinan una investigación de tipo científico o marcan el rumbo de una exposición doctrinal.<sup>19</sup>

En el ámbito de las ciencias sociales, el recurso de la metodología se enfoca en la realidad de una sociedad para arribar a una conclusión cierta y contundente acerca de un episodio valiéndose de la observación y el trabajo práctico típico de toda ciencia.

Es importante la distinción entre el método (nombre que recibe cada plan seleccionado para alcanzar un objetivo) y la metodología (rama que estudia el método). El metodólogo no se dedica a analizar ni a verificar conocimiento ya obtenido y aceptado por la ciencia: su tarea es rastrear y adoptar estrategias válidas para incrementar dicho conocimiento.

---

<sup>19</sup> Roberto Hernández. 2008 Definición de metodología - Qué es, Significado y Concepto. Pág. 46 |



La metodología es una pieza esencial de toda investigación que sigue a la teopedéutica ya que permite sistematizar los procedimientos y técnicas que se requieren para concretar el desafío. Cabe aclarar que la propedéutica da nombre a la acumulación de conocimientos y disciplinas que son necesarios para abordar y entender cualquier materia. El término proviene del griego *pró* (“antes”) y *paideutikós* (“referente a la enseñanza”).

En otras palabras, la metodología es un recurso concreto que deriva de una posición teórica y epistemológica, para la selección de técnicas específicas de investigación. La metodología, entonces, depende de los postulados que el investigador crea que son válidos, ya que la acción metodológica será su herramienta para analizar la realidad estudiada. La metodología para ser eficiente debe ser disciplinada y sistemática y permitir un enfoque que permite analizar un problema en su totalidad.<sup>20</sup>

Dentro de una investigación pueden desarrollarse muchas metodologías, pero todas ellas pueden encasillarse en dos grandes grupos, la metodología de investigación cualitativa y cuantitativa. La primera es la que permite acceder a la información a través de la recolección de datos sobre variables, llegando a determinadas conclusiones al comparar estadísticas; la segunda, realiza registros narrativos sobre fenómenos investigados, dejando a un lado la cuantificación de datos y obteniéndolos a través de entrevistas o técnicas no-numéricas, estudiando la relación entre las variables que se obtuvieron a partir de la observación, teniendo en cuenta por sobre todo los contextos y las situaciones que giran en torno al problema estudiado.

---

<sup>20</sup> Roberto Hernández. 2008 Definición de metodología - Qué es, Significado y Concepto. Pág. 46

### 2.1.1.1 **TIPOS DE METODOLOGÍA**

#### 2.1.1.2 **La metodología integrada**

Se encuentra basada en la práctica deportiva, y considera que las habilidades técnico-tácticas, físicas, psicológicas y visuales están íntimamente ligadas. En esa metodología se busca integración y combinación entre todos los elementos, pero se presta una mayor atención a la técnica y la táctica.<sup>21</sup>

#### 2.1.1.3 **Metodología de la investigación**

La metodología de la investigación es una disciplina de conocimiento encargada de elaborar, definir y sistematizar el conjunto de técnicas, métodos y procedimientos que se deben seguir durante el desarrollo de un proceso de investigación para la producción de conocimiento. Orienta la manera en que vamos a enfocar una investigación y la forma en que vamos a recolectar, analizar y clasificar los datos, con el objetivo de que nuestros resultados tengan validez y pertinencia, y cumplan con los estándares de exigencia científica. La metodología de la investigación, en este sentido, es también la parte de un proyecto de investigación donde se exponen y describen razonadamente los criterios adoptados en la elección de la metodología, sea esta cuantitativa o cualitativa.

---

<sup>21</sup>Roberto Hernández. 2008. Definición de metodología - Qué es, Significado y Concepto. Pág. 36

#### 2.1.1.4 **Metodología cuantitativa**

La metodología<sup>22</sup> cuantitativa es aquella empleada por las ciencias naturales o fácticas, que se vale de datos cuantificables a los cuales accede por observación y medición. Para su análisis, procede mediante la utilización de las estadísticas, la identificación de variables y patrones constantes. Su método de razonamiento es deductivo, para lo cual trabaja con base en una muestra representativa del universo estudiado.

#### 2.1.1.5 **Metodología cualitativa**

La metodología cualitativa es aquella empleada para abordar una investigación dentro del campo de las ciencias sociales y humanísticas. Como tal, se enfoca en todos aquellos aspectos que no pueden ser cuantificados, es decir, sus resultados no son trasladables a las matemáticas, de modo que se trata de un procedimiento más bien interpretativo, subjetivo, en contraposición con la metodología cuantitativa. Su método de razonamiento es inductivo: va de lo particular a lo universal. En su caso, se accede a los datos para su análisis e interpretación a través de la observación directa, las entrevistas o los documentos. Que ver con lo numérico. Así, encontramos dos grandes clasificaciones:

Los métodos cualitativos<sup>23</sup> son propios de las ciencias sociales y humanas, porque se centran no en la cantidad o numérico sino en la “calidad”: opiniones, experiencias, testimonios que permitan dar cuenta de actitudes, comportamientos, hábitos, etc. Sin embargo, muchas veces las ciencias sociales o humanas también se valen de métodos cuantitativos, para obtener cantidades, porcentajes o estadísticas. Es habitual incluso

---

<sup>22</sup> Definición de metodología - Qué es, Significado y Concepto  
<http://definicion.de/metodologia/#ixzz3VPYuMuma>

<sup>23</sup> <http://definicion.mx/metodologia/#ixzz3VPajd6L2>

que se realicen “triangulaciones de datos”, por la cual se combinan ambas tipologías de métodos. Por ejemplo, dentro de las ciencias sociales, la encuesta pertenece al método cuantitativo por la cual yo pregunto a una persona por ejemplo, cuántas horas mira televisión por día. Me interesa sólo un dato que será un número o es posible de ser representado numéricamente. En cambio, a través de una entrevista en profundidad, puedo interrogar acerca de qué sensaciones experimenta mientras ve imágenes de accidentes en el noticiero.

## **2.2 TIPOS DE COMUNICACIÓN**

La comunicación dentro de una empresa adquiere un carácter jerárquico, basado en órdenes y mandatos, aceptación de políticas, etc. Es por ello que hay que destacar la importancia de la relación individual frente a las relaciones colectivas y la cooperación entre directivos o altos mandos y trabajadores. La efectividad y buen rendimiento de una empresa depende plenamente de una buena comunicación organizacional. Así pues, la comunicación organizacional estudia las formas más eficientes dentro de una organización para alcanzar los objetivos esperados y proyectar una buena imagen empresarial al público externo. Según nuestra comunicación aplicable es interna.

Los canales de comunicación empleados para la misma son:

- Teléfono.
- Reuniones.
- Correo electrónico.
- Manuales, guías, etc.

Es cierto que no han caído en la cuenta de la importancia fundamental de esta disciplina. Sin embargo, la urgente necesidad de convertir las universidades en grandes institutos de investigación interdisciplinar obligará a dar mayor atención a la metodología, de la que se le ha dispensado hasta nuestros días. Es cierto que los

trabajos estructurados con verdadero criterio científico acerca de temas sociales son relativamente recientes. Durante mucho tiempo se confundió el estudio de las ciencias sociales.<sup>24</sup>

### **2.3 TIPO DE INVESTIGACION DESCRIPTIVA Y CUANTITATIVA**

Es el procedimiento de decisión que pretende decir, entre ciertas alternativas, usando magnitudes numéricas que pueden ser tratadas mediante herramientas del campo de la estadística.

Para que exista metodología cuantitativa se requiere que entre los elementos del problema de investigación exista una relación cuya naturaleza sea representable por algún modelo numérico ya sea lineal, exponencial o similar. Es decir, que haya claridad entre los elementos de investigación que conforman el problema, que sea posible definirlo, limitarlos y saber exactamente dónde se inicia el problema, en qué dirección va y qué tipo existe entre sus elementos:

- ✓ Permite al investigador “predecir” el comportamiento del consumidor.
- ✓ Los métodos de investigación incluyen: Experimentos y Encuestas.
- ✓ Los resultados son descriptivos y pueden ser generalizados.

#### **2.3.1 Investigación Descriptiva**

Se refiere a la etapa preparatoria del trabajo científico que permita ordenar el resultado de las observaciones de las conductas, las características, los factores, los

---

<sup>24</sup> Armando Vera.1973.Metodología, personalidad y sociedad. Pág. 23,24,25,35

procedimientos y otras variables de fenómenos y hechos. Este tipo de investigación no tiene hipótesis exacta. Ya que se fundamenta en una serie de análisis y prueba para llevar a cabo la valoración de la física.

### **2.3.2 *Investigación analítica***

Es un procedimiento que es más complejo con respecto a la investigación descriptiva, que consiste fundamentalmente en establecer la comparación de variables entre grupos de estudio y de control sin aplicar o manipular las variables, estudiando éstas según se dan naturalmente en los grupos. Sin embargo, se refiere a la proposición de hipótesis que el investigador trata de probar o negar.

### **2.3.3 *Investigación experimental***

Es un procedimiento metodológico en el cual un grupo de individuos o conglomerado, son divididos en forma aleatoria en grupos de estudio, control y son analizados con respecto a un factor o medida que el investigador introduce para estudiar y evaluar.<sup>25</sup>

### **2.3.4 *Investigaciones cuasi-experimentales***

En un diseño experimental, la asignación a los grupos experimentales y de control se realiza en forma aleatoria, para lograr lo más cercana posible una igualación, de las características de los sujetos que conforman esos grupos. Los diseños en los cuales no se puede usar el azar para formar grupos reciben el nombre de cuasi experimentales.

---

<sup>25</sup> Armando Vera.1973.Metodología, personalidad y sociedad. Pág. 23,24,25,35

La investigación puede ser de varios tipos, y en tal sentido se puede clasificar de distintas maneras, sin embargo es común hacerlo en función de su nivel, su diseño y su propósito. Sin embargo, dada la naturaleza compleja de los fenómenos estudiados, por lo general, para abordarlos es necesario aplicar no uno sino una mezcla de diferentes tipos de investigación.

El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

Los datos descriptivos se expresan en términos cualitativos y cuantitativos. Se puede utilizar uno de ellos o ambos a la vez. Cualitativos (mediante símbolos verbales): Se usan en estudios cuyo objetivo es examinar la naturaleza general de los fenómenos. Los estudios cualitativos proporcionan una gran cantidad de información valiosa, pero poseen un limitado grado de precisión, porque emplean términos cuyo significado varía para las diferentes personas, épocas y contextos.<sup>26</sup>

De acuerdo a todo lo investigado con respecto a la comunicación se ha llegado a la conclusión de que la investigación es cuantitativa y cualitativa. Según la investigación que en entre más se haga la investigación más se tendrá con los resultados obtenidos ya sea favorables o desfavorables. Al igual que para todas las áreas es necesario que se pongan en práctica, o que también a todo lo que sucede o que se plantee de raíz

---

<sup>26</sup> Armando Vera.1973.Metodología, personalidad y sociedad. Pág. 23,24,25,35

cual es el problema y que de alguna manera se le dé una solución favorable para todos.<sup>27</sup>

## **2.4 INSTRUMENTO**

### **2.4.1 La observación**

El latín observa tío, la observación es la acción y efecto de observar (examinar con atención, mirar con recato, advertir). Se trata de una actividad realizada por los seres vivos para detectar y asimilar información. El término también hace referencia al registro de ciertos hechos mediante la utilización de instrumentos.

La observación forma parte del método científico ya que, junto a la experimentación, permite realizar la verificación empírica de los fenómenos. La mayoría de las ciencias se valen de ambos recursos de manera complementaria.

Pues según los instrumentos utilizados en nuestra observación en la diferentes áreas en el departamento de comunicación social del Congreso de la República, como lo son en canal del congreso, en la radio, y exactamente en el mismo departamento de comunicación será la comunicación tanto interna, como la externa, la entrevista, y la encuesta.

### **2.4.2 LA ENTREVISTA**

1. Licdo. Fernando Bolaños

Director de Comunicación Social

---

<sup>27</sup> Pág. Web. [www.definición/investigación](http://www.definición/investigación)



Congreso de la República

Entrevista realizada el 15 de Abril del 2015.

### **2.4.3 ENCUESTA**

2. A Todo el personal

Departamento de Comunicación Social

Congreso de la República

Encuestas realizadas el 13 de Abril del 2015.

### **2.4.4 FORMULA APLICADA A LA POBLACION**

Se puede decir que entre más población sea la investigación más muestra va ser el total, y entre menos población menor será el resultado. O sea que nuestro resultado de la muestras es un resultado no es totalmente seguro ya que se tiene una total confianza tanto de la población como un margen de error, y el resultado es totalmente confiable.

#### 2.4.5 DESCRIPCIÓN DE LA FORMULA

Población	36
Confianza:	95
Margen:	,5
Probabilidad:	,50
Total de muestra:	33

M = población

$M = \frac{n}{(n-1) * K^{2+1}}$

n = muestra

-1 = proporción

K = confianza

Según esta fórmula es aplicada para cualquier tipo de investigación, que se quiera saber, y que además esta fórmula se puede decir que no puede existir un margen de error, y es posible que sea cierto, y que sus resultados son reales y darlos a conocer.

## 2.5 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	Tiempo (mes-semana)																
		MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Conferencia de Prensa	E																
	R	■	■		■							■					
Observación	E																
	R			■	■	■	■	■			■	■					
Canal del Congreso	E	■	■			■											
	R																
Mecanografía del Trabajo	E																
	R			■	■	■	■	■			■	■					
Radio del Congreso	E																
	R					■		■		■		■					
Capacitaciones Personales	E																
	R		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■			■	■	
Consultas de Iniciativas de Ley	E																
	R						■	■			■	■					
Convivencias Motivacionales	E																
	R							■			■						
Ejecución de Plan	E						■										
	R											■					
Presupuesto	E																
	R											■			■	■	■

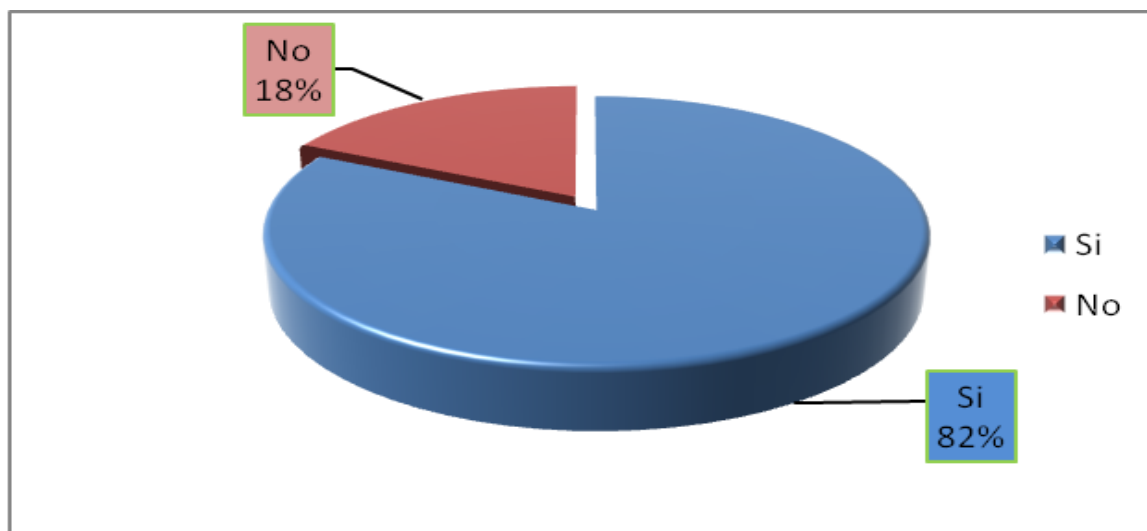
**E:** Tiempo estimado, el que se calcula

**R:** Tiempo real, el que efectivamente resultó para la ejecución del trabajo

## 2.6 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

### GRÁFICA No. 1

*¿Sabía usted qué se está tratando de implementar la Radio en línea del Congreso?*

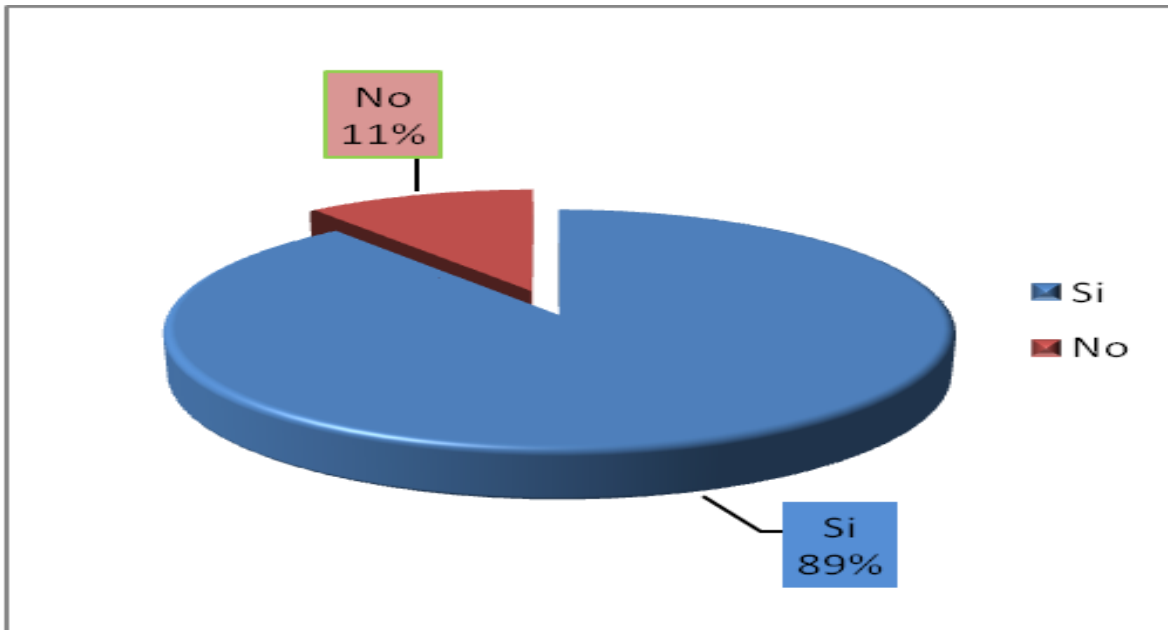


**Fuente: elaboración Propia**

En esta gráfica sale un resultado que un 82% sí sabe que se está implementando la radio, y un 18% no sabe que se está implementando la radio, ya que con estos resultados todos esperamos que se implemente la radio lo antes posible. Además que si cuenta con mayor publicidad de la radio, se dará mejores resultados y que todos sepan más de la misma.

## GRÁFICA No. 2

*¿Considera usted que es necesaria la Radio del Congreso?*

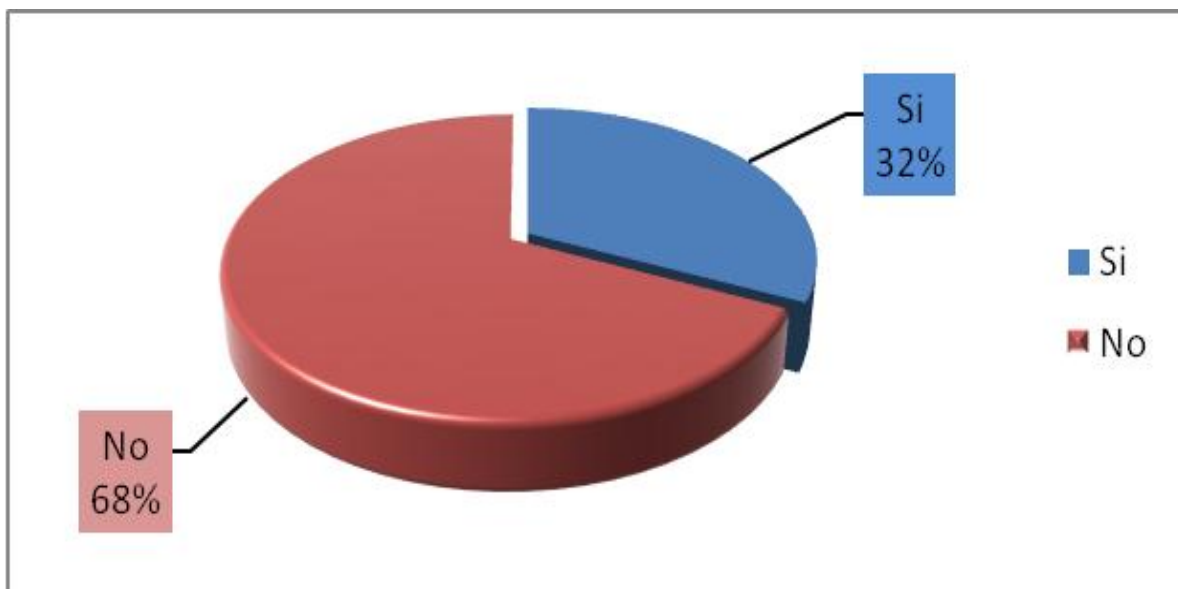


**Fuente: elaboración Propia**

En esta gráfica se muestra que un 89% considera que si es necesaria la radio del congreso, y por el otro lado que un 11% no es necesaria la radio y como por consiguiente la radio no está funcionando a su totalidad. Y como tal debe estar funcionando con total equipo, para que sea de más uso.

### GRÁFICA No. 3

*¿Sabe usted si la radio en línea del Congreso cuenta con suficiente equipo para que funcione con total capacidad?*

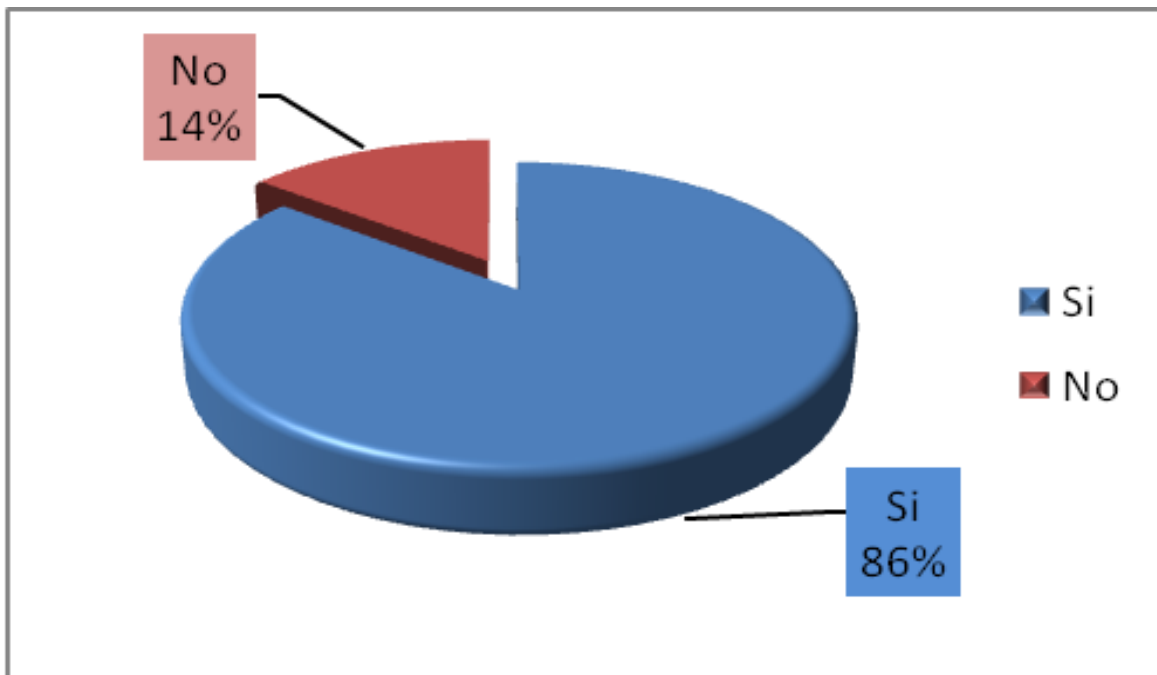


**Fuente: elaboración Propia**

En esta gráfica nos presenta que un 68% si esta acuerdo que se necesita equipo en la radio y no solamente en esa área, y que un 32% no está de acuerdo con que se tenga equipo necesario, sino que simplemente se tenga el equipo con se cuenta hoy en día. Si se buscara con otras instituciones o por otros medios se contaría con un buen equipo para su funcionamiento.

#### GRÁFICA No. 4

*¿Cree usted que sería bueno recibir capacitación con especialistas en temas radiales?*

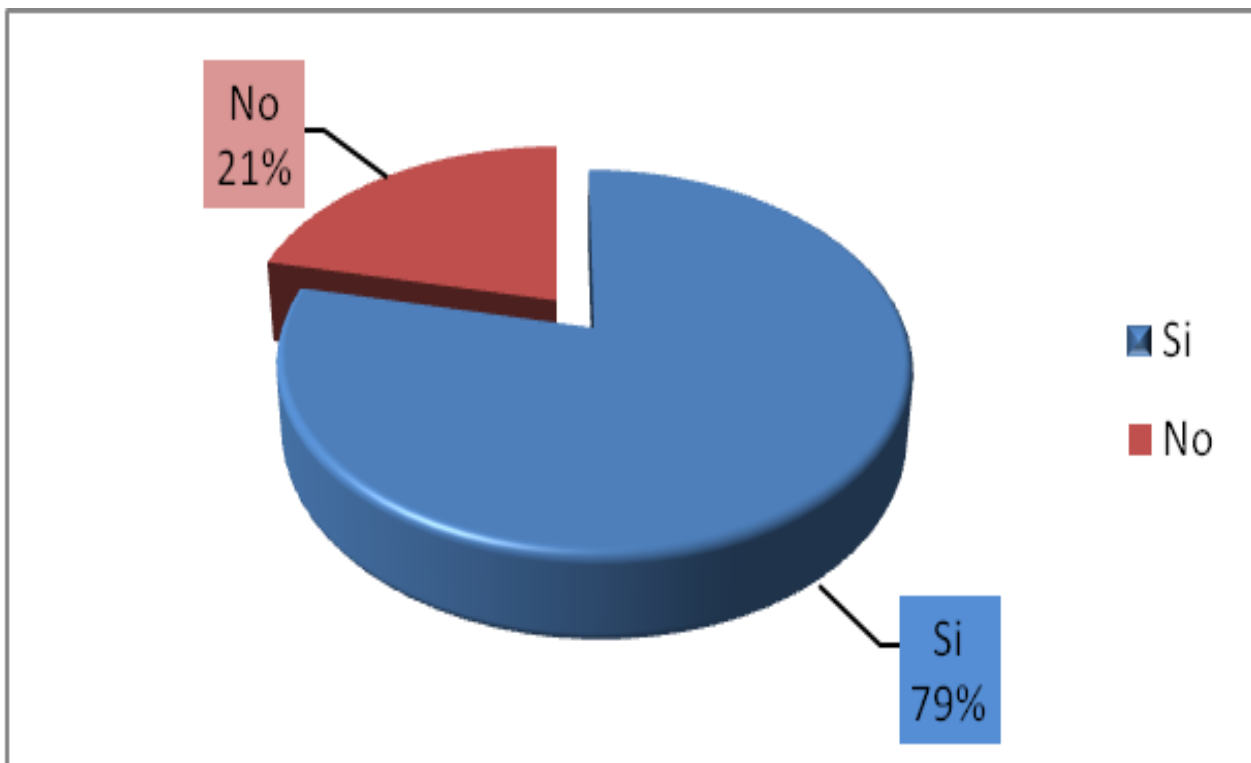


**Fuente: elaboración Propia**

En este resultado se muestra que un 86% refleja que si necesita un alto porcentaje en capacitaciones radiales y otras, y también que un 14% no necesita capacitaciones es simplemente no ayudan en nada. Con ello se tendría mejor disposición del personal para contar con su trabajo o las tareas encomendadas.

## GRÁFICA No. 5

*¿Estaría dispuesta a participar en capacitaciones en temas de Radio digital y periodismo radial?*



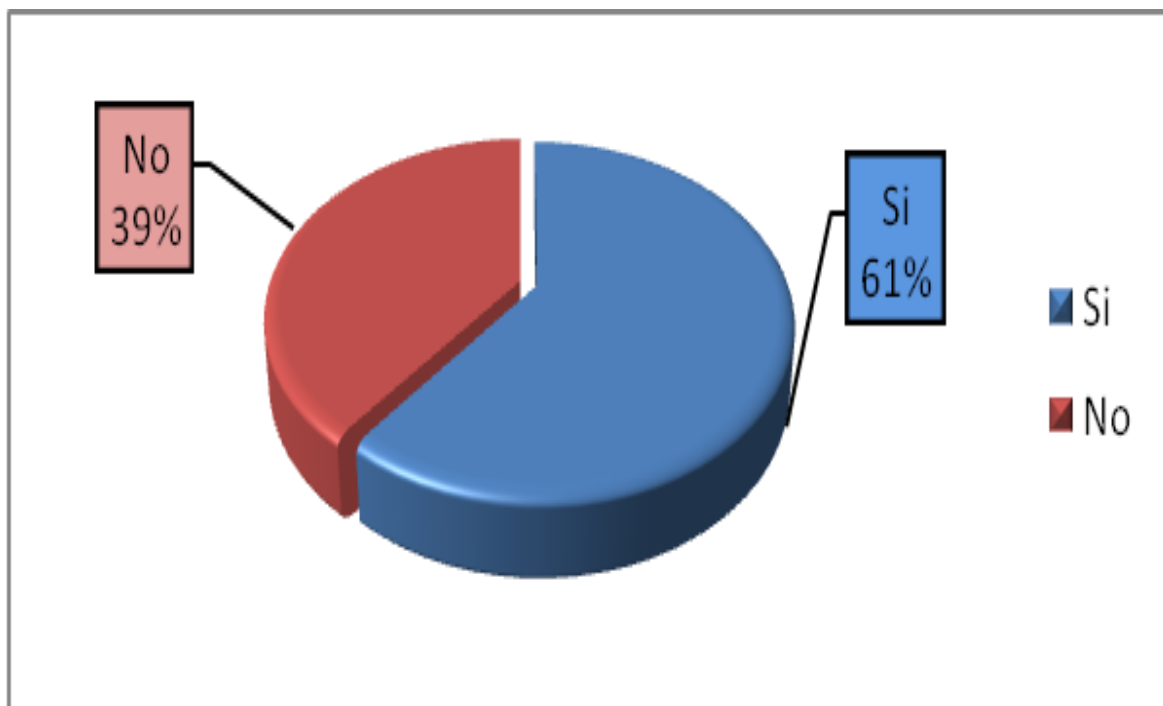
**Fuente: elaboración Propia**

En la siguiente gráfica nos presenta que un 79% que si estarían dispuestos a participar en las capacitaciones que son realmente necesarias, y también se dice un 21% dice que no es necesario la capacitación, ya que algunas le temen a la tecnología. Como hoy en día es tan necesaria la tecnología para estar informados, pero en algunos casos algunos no les parece la nueva tecnología.



## GRÁFICA No. 6

*¿Cree usted que hace personal en la Radio del Congreso?*

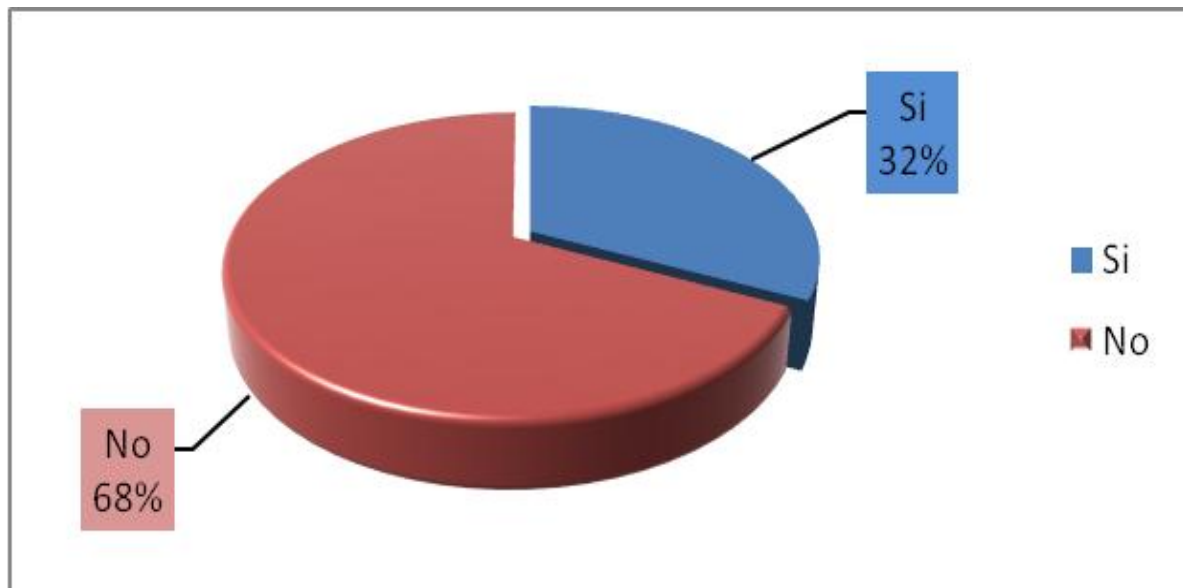


**Fuente: elaboración Propia**

En esta gráfica se representa que un 61% considera que si hace falta personal en la radio, y no solamente en esas áreas, ya que con esto muestra que generaría la oportunidad generar más empleo, y que un 39% considera que no hace falta personal en la radio. Y que además se tendría la posibilidad de contar con más personal para el departamento directamente.

## GRÁFICA No. 7

*¿Piensa usted que podría crearse un logotipo para la Radio del Congreso?*

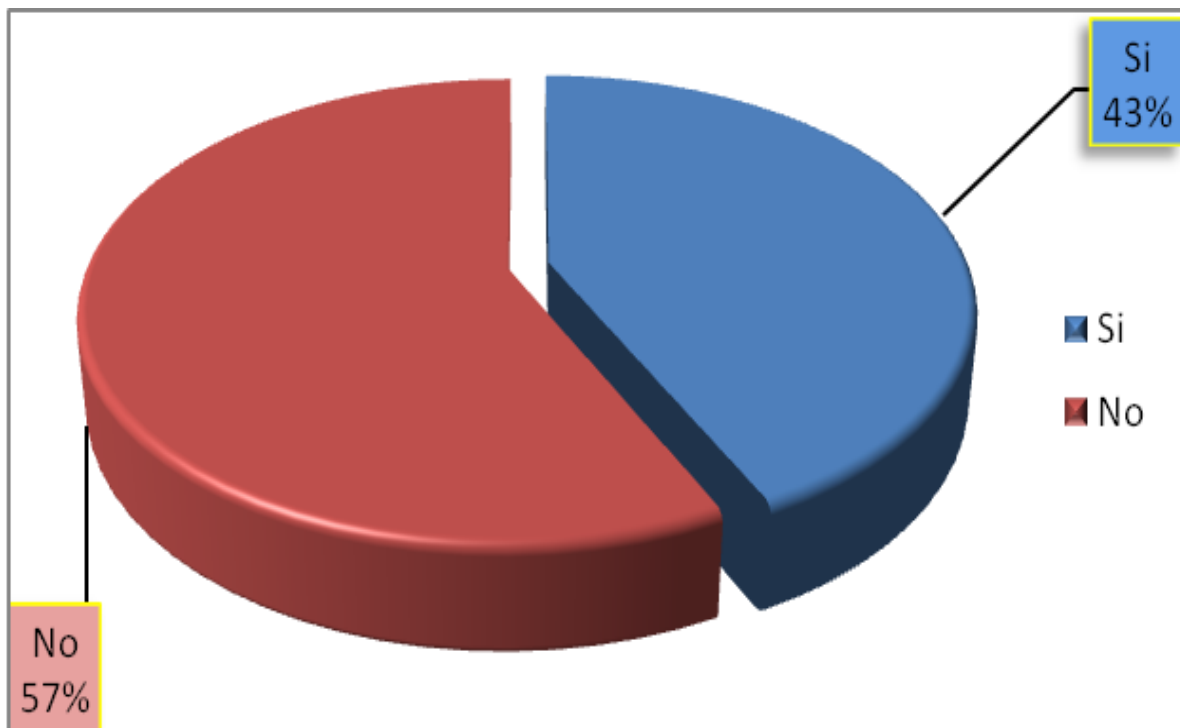


**Fuente: elaboración Propia**

Da como resultado que un 68% que si se necesita cambiar ciertos detalles al logotipo de la radio que ya existe, y como ya tiene bastante tiempo con el mismo ya realmente necesita un cierto cambio, y que un 32% dice que no es necesario cambiarlo que así se identifica más fácil.

## GRÁFICA No. 8

*¿Usted ha visto o ha leído algo de la Radio del Congreso?*

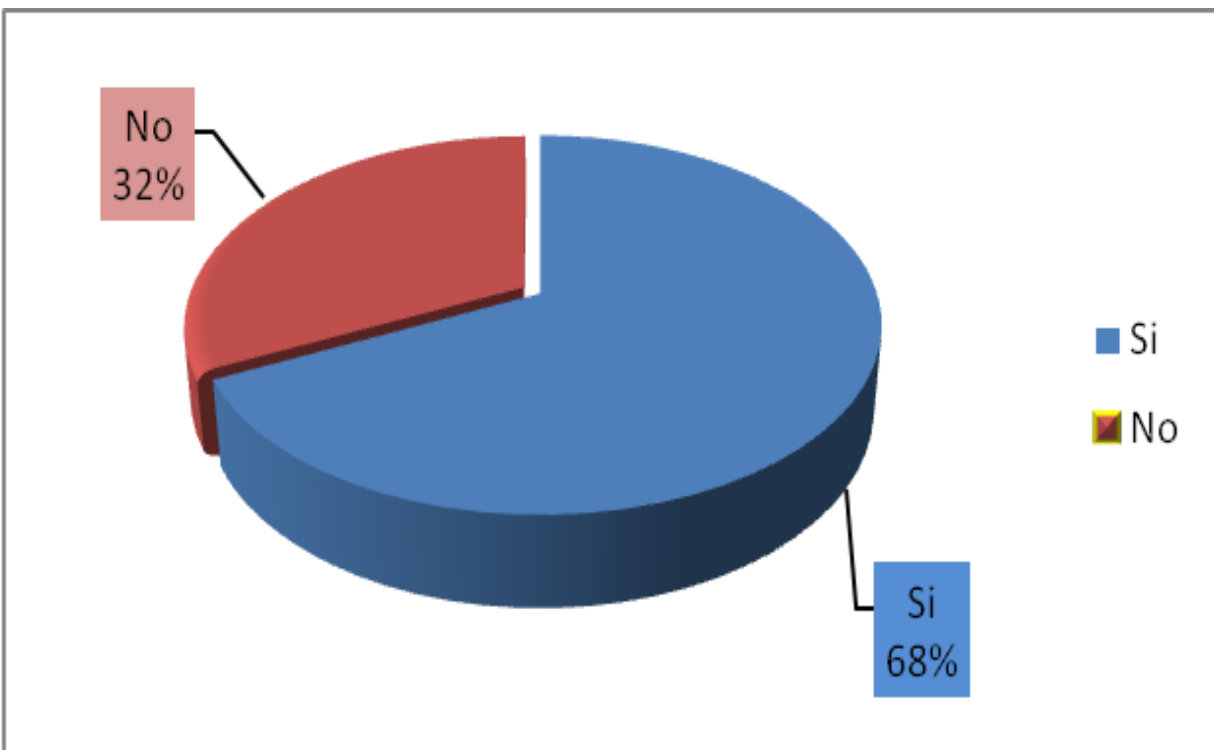


**Fuente: elaboración Propia**

En esta gráfica se representa que un 57% que si ha leído y escuchado un poco de la radio del congreso, y se usa muy poco de la misma, y que un 43% dice que no han escuchado de la radio, ni en otro departamentos. En algunos casos si es bueno que se haga un cambio al logotipo con el fin de que se dé a conocer más de la radio dentro del congreso.

## GRÁFICA No. 9

*¿Considera usted que a la Radio del Congreso le haría falta equipo profesional de acuerdo a la tecnología actual?*

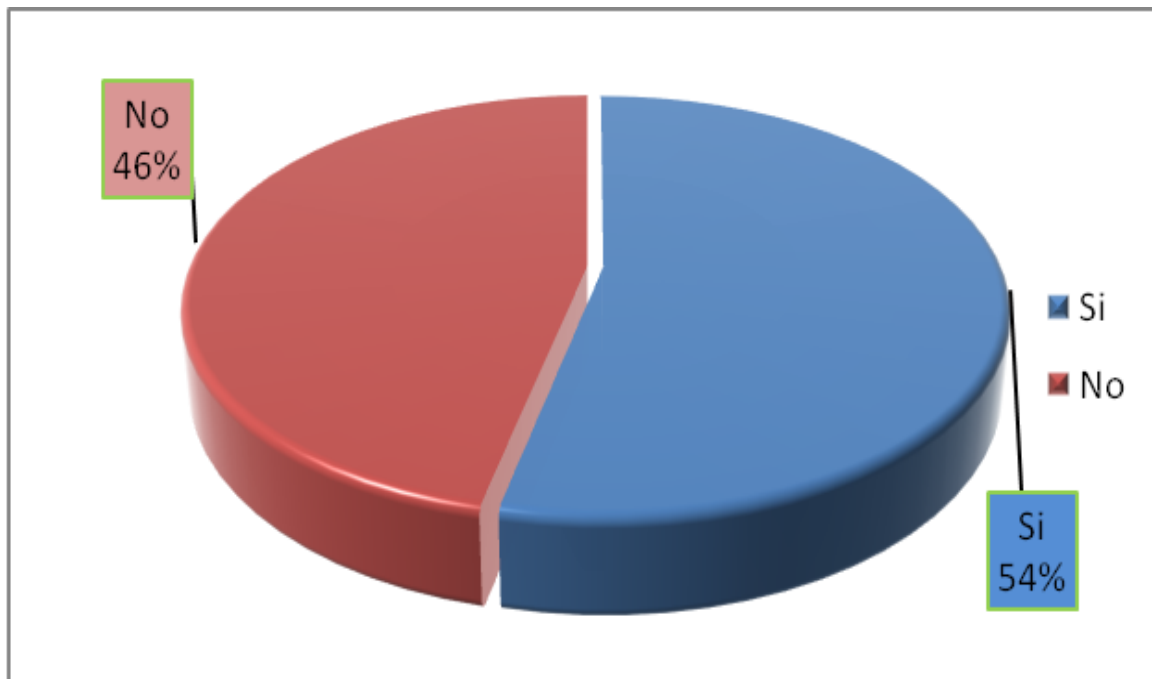


**Fuente: Elaboración Propia**

En esta gráfica nos presenta un resultado que un 68% dice que si se necesita equipo de acuerdo a la tecnología actual, que si realmente es necesario todo tipo de tecnología, y que un 32% dice que no se necesita equipo en la radio. Y que al final de este resultado si es conveniente que se cuenta con tecnología de punta, ya que en realidad es necesario que se tenga.

**GRÁFICA No. 10**

*¿Cree usted que hace falta espacio físico para la Radio del Congreso?*



**Fuente: elaboración Propia**

En la presente gráfica refleja que un 54% que si hace falta espacio físico en la radio y en otras áreas, y el espacio que existe no es suficiente y que hace falta más, y que un 46% no hace falta espacio y que así como está bien. Como en todo departamento hace falta espacio en las distintas áreas, ya que se encuentra muy reducido por lo mismo se necesita más del que se tiene.

## **2.7 CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN**

- En este trabajo sirve para poder aprender nuevas técnicas de Investigación, también para darse cuenta que en todos los lugares siempre hay discordancia entre las diferentes áreas de comunicación.
- Además para darse cuenta de que con lo que se cuenta y lo que se tiene a mano y todo lo que nos rodea se pueden hacer muchas cosas, aunque lógicamente hacen falta los instrumentos pero se pueden sacar las cosas adelante.
- También que es una organización por la cual vela el qué dirán, no es tan fácil que todo lo que se proponga resulte una respuesta favorable para quien lo esté solicitando.
- Fortalezca las relaciones personales que se tienen dentro y fuera de las mismas áreas en que se encuentran.
- Crear un ambiente estable para las diferentes áreas de comunicación.
- Buscar los medios necesarios, para establecer una relación externa del departamento de comunicación, para mejorar las relaciones interpersonales.

## **CAPITULO III**

### ***PROPUESTAS DE LA COMUNICACIÓN***

#### ***3.1 PLAN DE COMUNICACIÓN***

Con este plan se llevará a cabo una de las tantas estrategias que se pueden llegar a ejecutar, y las demás estarán a criterio de la institución. Con este plan se tiene la finalidad de proyectar una motivación que se tenga tanto interna como externa.

#### ***3.2 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA***

##### ***3.2.1 GENERAL***

Fortalecer el clima laboral dentro de los jefes y los empleados para mejorar su funcionamiento tanto a nivel interno como externo.

##### ***3.2.2 ESPECÍFICOS***

Instruir a los jefes y empleados sobre sus funciones con respecto a sus derechos y obligaciones.

Realizar una agenda de actividades que incluya dentro de las labores a realizar con los jefes.

Implementar herramientas de comunicación para establecer un clima laboral dentro de los jefes y empleados.

### **3.3 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA**

- Propuesta Radial.
- Realizar capacitaciones.
- Temas radiales y prácticas.
- Contratación del Personal.
- Plantear Publicidad para dar a conocer la radio.
- Compra de equipo, cotizar.
- Solicitar más espacio físico.
- Solicitar apoyo a las diferentes organizaciones que están dentro del Congreso, para que brinden ya sea equipo o material didáctico.
- Convivencias motivacionales.
- Aprendamos a reciclar.

### **3.4 JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA**

Dentro de los resultados que se obtuvo en las encuestas resaltan que existan muchas necesidades, y que de alguna manera se puedan hacer muchas cosas pero como todo tiene un proceso hay que esperar bastante tiempo para llevarlo a cabo. Por otro lado también se pueden solicitar apoyo a otras organizaciones que pueden brindar el material o equipo que se necesita para que el departamento de comunicación social funcione de alguna manera como lo ha estado haciendo hasta el día de hoy.

### **3.5 ESTRATEGIA PARA SU IMPLEMENTACIÓN**

Se utilizará la capacitaciones, convivencias, talleres, y cada uno de estos se pongan en práctica dentro del de departamento de comunicación social. Ya estas necesidades se dan muy pocas dentro del departamento porque no se cuenta con un



presupuesto para su ejecución, y cuesta un poco llegar a lograrlas y es muy raro que se den, al menos que se solicite con las organizaciones que están dentro del congreso.

### 3.6 CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

EJECUCIONES	Tiempo (mes-semana)															
	MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Capacitaciones al Personal	E															
	R			■										■		■
Entrevista	E															
	R															
slogan	E				■		■			■		■		■		■
	R															
Cotizaciones del equipo	E									■		■		■		■
	R															
Practicas de equipo	E					■		■		■		■				
	R															
Relaciones Interpersonales	E														■	■
	R															
Convivencia Motivacional	E														■	
	R															
	E															
	R															
	E															
	R															

E: Tiempo estimado, el que se calcula

R: Tiempo real, el que efectivamente resultó para la ejecución del trabajo

### 3.6.1 **PRESUPUESTO**

✓ Refacciones para la capacitación	Q. 200.00	
✓ Refacción de Convivencia Motivacional	Q. 200.00	
✓ Refacción de Relaciones Interpersonales	Q. 200.00	Q. 600.00

### 3.6.2 **RECURSOS**

- ✓ Solicitud de salón de Victoria.
- ✓ Solicitud de cafetería del Congreso.
- ✓ Solicitud de limpieza del Congreso.
- ✓ Solicitud de equipo, cámaras, computadora, cañonera.

### 3.7 **CONCLUSIONES FINALES**

Fortalecer las relaciones interpersonales que se tienen con los jefes y los empleados.

Establecer en un determinado tiempo que se pongan capacitaciones y prácticas para mejorar el aprendizaje de las técnicas.

Mejore los puntos de las debilidades que se tienen en las distintas áreas de comunicación que se tienen.

Crear más espacio del ya se tiene, y hablar con las autoridades necesarias para que se obtenga.

### **3.8 RECOMENDACIONES FINALES**

Que de alguna manera se puedan solicitar todo lo que hace falta en el departamento de Comunicación social, hablando con las autoridades correspondientes, y que se den cuenta que verdaderamente se necesita.

Y también darle a conocer con que servicios se cuenta en la radio, la cual está disponible para cualquier trabajador del congreso de la república. No digamos para los diputados en general.

Si en algún tiempo no muy lejano fueran concedidas todas las solicitudes el departamento de comunicación social funcionaría en un cien por ciento.

Sería bueno a cada cierto tiempo se le motive al personal, ya sea con capacitaciones, convivencia fuera de la oficina, ya esto podría ayudar a mejorar las relaciones interpersonales.

Solicitar apoyo a diferentes organizaciones que brinden apoyo o material didáctico, para que se pueda dar dentro del personal, o ver que realmente se necesita.

## CAPITULO IV

### ***Control y Seguimientos***

#### ***4.1 Ejecución de Propuestas (artes finales)***

Considérese como un indicador al punto de referencia que nos brinda información cualitativa o cuantitativa y que está conformado por uno o más datos, constituidos por percepciones, números, hechos, opiniones o medidas, que permiten seguir con el desenvolvimiento de un proceso y su evaluación.

Es necesario aclarar que las evidencias de la ejecución no irán en el cuerpo del informe sino como anexos, los cuales serán mencionados en las referencias del cuerpo. Por ello todos los anexos deben estar clasificados y enumerados (fotos, documentos, talleres, planes de clase, etc.<sup>28</sup>.

---

<sup>28</sup> Pág. Web. [http://www.actiweb.es/practicadocenteii/tema\\_5\\_investigacion\\_x.html](http://www.actiweb.es/practicadocenteii/tema_5_investigacion_x.html)

#### 4.1.1 *Capacitación de Noticias Radiofónicas*



Fotografías de la autora



Fotografías de la autora



#### 4.1.2 Convivencias motivacionales departamento de Comunicación Social



Fotografías de la autora



Fotografías de la autora



Fotografías de la autora

### 4.1.3 *Convivencias motivacionales departamento de Unidad de Permanencia de Asistencia Técnica (UPAT).*



Fotografías de la autora



Fotografías de la autora



**4.1.4 Entrevista con el director de UPAT.**



Fotografías de la autora





#### 4.1.5 *Capacitación de Relaciones Interpersonales.*



Fotografías de la autora



## 4.2 ***Descripción de Materiales Utilizados***

### ***Dentro de los proyectos se utilizó***

#### **4.2.1 Capacitación al personal**

Solicitud del salón Victoria, capacitador, cafetería, personal de limpieza, lapiceros, libreta, cañonera, libretas, personal de protocolo, fotógrafos, camarógrafos, diploma.

#### **4.2.2 Convivencia motivacional**

Salón de Comunicación Social, personal del departamento, fotógrafos, dos pasteles, agua gaseosa, recuerdos.

#### **4.2.3 Solicitud del Instituto Holandés**

Salón de Comunicación Social, personal del Instituto Holandés, camarógrafos..

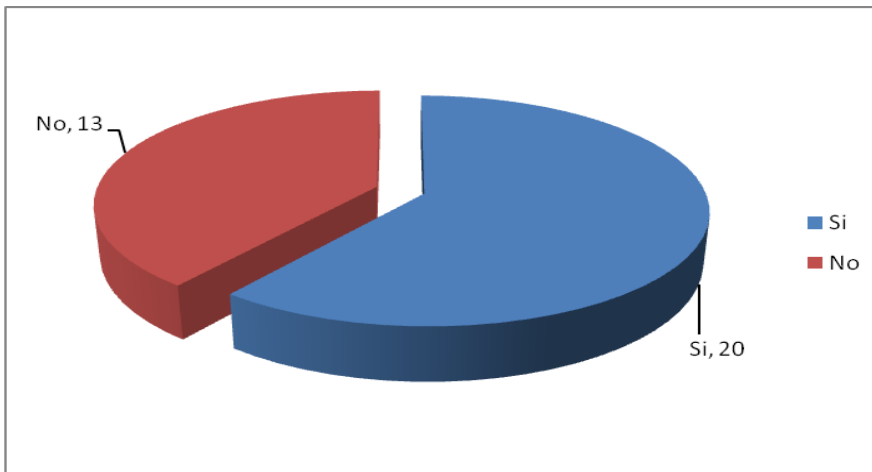
#### **4.2.4 Entrevista**

Salón de la Radio de comunicación social, entrevistado, formato radiofónico, operador, camarógrafo, música, operaciones técnicas, y ensamble de música.

### 4.3 Presentación de Resultados

#### Graficas:

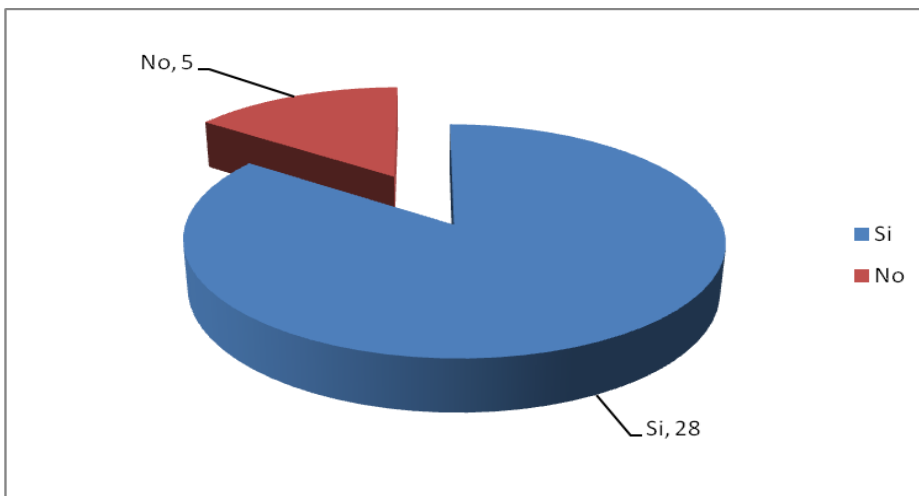
1. ¿Usted participó en la capacitación de noticias?



Fuente: elaboración propia

En esta gráfica nos representa que la mayoría de las personas si participó en la capacitación, y que verdaderamente se necesita este tipo de capacitaciones. Y que a la vez es motiva mente para todos, y son tomados en cuenta para seguir creciendo en aprendizaje y que en algún momento se ponga en práctica.

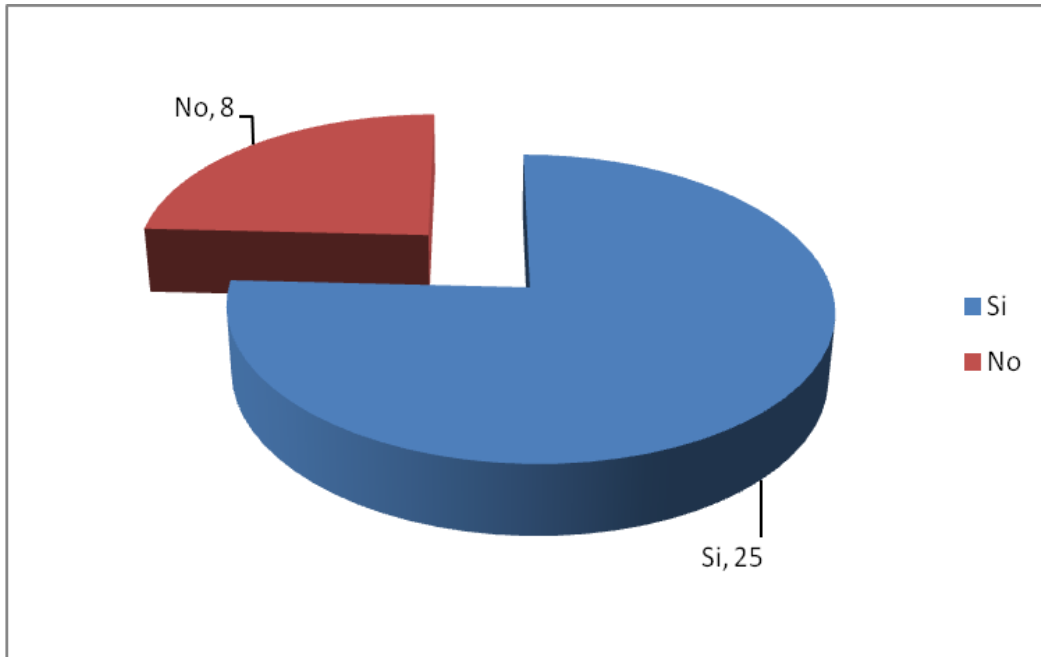
2. *¿Participó usted en la convivencia motivacional?*



Fuente: elaboración propia

En esta gráfica representa que la mayoría participó en la convivencia y les gusto. Ya que con esto se logra que los empleados se relacionen más con todos, y que poco a poco se mejoren las relaciones interpersonales. Y que también surge la idea de que se haga otro tipo de convivencia para que el personal sea motivado.

3. ¿Usted participó en la capacitación de las relaciones interpersonales?



Fuente: elaboración propia

En esta gráfica se presenta que verdaderamente se necesita relaciones interpersonales ya que realmente si es bueno este tipo de convivencia para el personal porque se dan cuenta que tanto se necesita, y que de alguna se dan cuenta que ayuda a ir creciendo en forma de convivir con los demás.

## **Conclusiones Finales**

- ✓ Que con lo poco que se hizo, se alcanzo bastante y fue un gran logro haberlo hecho y poder compartir un poco de lo que se deseaba.
- ✓ Que realmente si es necesario dentro de una empresa o cualquier institución es importante que se maneje todo tipo de relaciones personales, interpersonales, que le den el valor al ser humano.
- ✓ Que todos los seres humanos que están dentro de una institución colaboren de alguna manera para que su estadía dentro de la empresa sea más re comfortable, y no se sientan frustrados haciendo su trabajo.

## **Recomendaciones generales**

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación:

1. Que se insta a las autoridades de dicha institución incluya más asesores dentro de esta área, que esta elegida para realizar esta práctica para que todos los estudiantes que se inscriban tengan más asesoramiento de lo que se tiene en la actualidad.
2. Que las autoridades actuales, realicen más boletines de información para todos aquellos estudiantes no han podido cerrar su carrera, que de alguna participen en este proyecto.

A la Institución: Congreso de la República de Guatemala

1. Que se aprovechen los medios necesarios para buscar el equipo que se necesita dentro de cada uno de los departamentos, ya que con esto se contribuirá de alguna a que el departamento vaya creciendo con todo el equipo.
2. Que se impulse a mejorar las relaciones interpersonales, para que el trabajo en el departamento de comunicación social, se trabaje con un ambiente agradable para todos.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS**

1. Ángeles Mendieta a la Torre. Año 1971. Tesis Profesionales. Editorial Porrúa. S.A. Méxci. Pág. 155. Capítulo II.
2. Rafael Ávila González. Año 2004. Critica de la Comunicación Organizacional Pág. 112-119.
3. H. Ñaupas, E.Mejía,E.Novoa,A.Villagómez. Año 2013. Las Técnicas cuantitativas. 4ta Edición. Pág. 100,101.
4. Metodología Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación 4ta Edición. Año 2006.
5. Darío Rodríguez M. María Pilar. Año 2008. Comunicaciones de la Organización. Pág. 162-169.
6. Ma. Antonieta Rabeil Corella. Año 2006. Comunicación Estrategia de la Organización. Pág. 60-61.
7. Carlos Fernández Collado. Año 2005. La Comunicación de la Organizaciones Pág. 11-15.
8. Roberto Hernández Sampieri, Pilar Baptista Lucio. Año 2008. Metodología de la Investigación Cuantitativa. 4ta edición. Pag. 46.
9. Metodología de la Investigación Cuantitativa Roberto Hernández Sampieri, 6ta Edición, Pág. 36, Año 2014
10. Tesis Marilyn Rocío Pérez Lara, Año 2013
11. Tesis del Diagnóstico del fundamento, Técnico del Circuito Cerrado de Televisión, Karla Lorena Herrera López, Marzo 1995
12. Tesis Aprendamos a Redactar Noticias y Entrevistas, Abril 1998
13. Tesis Un plan diario- Televisión de Información Cultural como complemento a la educación en Guatemala, Ernesto Falla S., Junio 1,980
14. Tesis El Periodismo como Empresa de Utilidad Pública y Privada, Año 1968
15. Comunicación Escrita, Fernández de la Torriente G. Año 1,978
16. Metodología de la Investigación, Armando Asti-Vera, Editorial Kapeluz, Año 1973



17. Manual de Comunicación Lingüística, Francisco Albizures Palma, Editorial Universitaria, Año 1997
18. Metodología y Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales, Felipe Pardini, Siglo XXI, Primera Edición, Año 1969
19. Manual de Comunicación Lingüística, Dr. Francisco Albizures Palma, Editorial Universitaria, Marzo 1990
20. La Comunicación de Hoy, Margot Alzamora, Editorial Piedra Santa, Enero 1, 1980
21. Introducción al Proceso de la Investigación Científica, Samuel Alfredo Monzón García, Editorial Tucán, Año 2,000
22. Enciclopedia Ilustrada, Editorial Cubre, Volumen 3, Año 1980
23. Enciclopedia Ilustrada, Editorial Cubre, Volumen 10, Año 1995
24. [www.significados.com/metologia](http://www.significados.com/metologia)
25. [www.definición.com/ciencia](http://www.definición.com/ciencia)
26. [blog.udemy.com/tipos de comunicaci3n](http://blog.udemy.com/tipos de comunicaci3n)
27. [www.virtual.unal.edu.co](http://www.virtual.unal.edu.co)
28. [www.tiposde.org](http://www.tiposde.org)
29. [www.academia.edu](http://www.academia.edu)

# ANEXOS

## Módulos

- I. El vínculo entre el Estado, el Poder y el Derecho, su significado y alcances.
- II. Estado de Derecho, en el marco de los derechos humanos.
- III. Los Periodistas como Agentes de Cambio.
- IV. Derechos Humanos y Comunicación Social.
- V. Comunicación Social con Perspectivas de Género.
- VI. Derecho Constitucional Guatemalteco y los Derechos Humanos.
- VII. Origen y Evolución de los Derechos Humanos y de su Sistematización.
- VIII. Derechos Civiles y Políticos. Definición y alcances.
- IX. Derechos Económicos, Sociales y Culturales.
- X. Cobertura de Temas de Derechos Humanos, (mujeres, pueblos indígenas y población rural)
- XI. Legislación Nacional e Internacional que ampara los Derechos de Libertad de Expresión
- XII. Taller Práctico I, Derechos Humanos de los y las periodistas.
- XIII. Taller Práctico II, Libertad de Expresión.

## Requisitos a Cumplir

- Llenar ficha de inscripción y el formato de ingreso en la siguiente página.  
<http://www.eformaciondemocratica.org>
- Formar parte de los medios de comunicación radiales, televisivos y escritos.
- Disponibilidad de cumplimiento con el horario

## Fechas Importantes

- Sesión inaugural e inicio de sesiones presenciales Viernes 13 de marzo de 2015.
- Clausura del diplomado viernes 12 de julio de 2015.

## Lugar y Horario

- Las sesiones presenciales tienen una duración de dos horas, cada una y se impartirán los días viernes de 08:00 a 10:00 horas, durante los meses de Marzo a Julio

Edificio 7 y 10, Salón de sesiones 8vo. Nivel  
10 calle 6-81 zona 1.

## Mayor Información

Vilma Masaya  
Comisión de Derechos Humanos  
Congreso de la República  
Tel. 22447878 22442464 5 y 6  
vilma.masaya@yahoo.com

Elsa Castro  
Oficinas Centrales NIMD Guatemala  
Ave Reforma 10-00 , zona 9, Edif. Condominios Reforma  
Of. 12 B, Ciudad de Guatemala  
periodismoparlamentarionimd@gmail.com  
Tel. 23614200—23318683

## Consorcio de acompañamiento



Netherlands Institute for  
**Multiparty Democracy**



ESCUELA DE CIENCIA POLÍTICA  
Universidad de San Carlos de Guatemala



Comisión de  
Derechos Humanos

La Comisión de Derechos Humanos del Congreso de la República,  
la Procuraduría de Derechos Humanos,  
la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos,  
la Escuela de Ciencias Políticas de USAC  
y el Instituto Holandés para la Democracia Multipartidaria

Tienen el agrado de presentar el :

## Diplomado en:

# Derechos Humanos, Derecho Constitucional Libertad de Expresión

Dirigido a:

Periodistas de medios de comunicación  
que actualmente cubren el Congreso  
de la República.

Diplomado en Derechos Humanos, Derecho Constitucional  
y Libertad de Expresión



Marzo-Julio 2015

## Presentación

La Comisión de Derechos Humanos del Congreso de la República en coordinación con el Instituto Holandés para la Democracia Multipartidaria propone desarrollar el Diplomado de "Derechos Humanos, Derecho Constitucional y Libertad de Expresión" dirigido a periodistas de medios de comunicación que cubren la fuente informativa del Congreso de la República; se enmarca en los diversos programas que la Escuela de Formación para la Democracia bajará durante el presente 2015. El Diplomado busca contribuir con el desarrollo de los periodistas, bajo la premisa de libertad e independencia a los intereses establecidos, para ser plures, capacitados y comprometidos con la promoción de una cultura de denuncia, promoción y defensa de los derechos humanos.

## Metodología

El diplomado está diseñado dentro de los parámetros flexibles y adecuados a la dinámica del grupo objetivo, constando de:

- a) Sesiones presenciales de docencia directa sobre contenidos teórico-interpretativos, además de dos talleres prácticos.

## Objetivo General

Formar e informar a los participantes en temas, conceptos y alcances de los derechos humanos y el derecho constitucional guatemalteco que sirvan de herramientas para la labor periodística y de comunicación.

## Objetivos Específicos

Impulsar la perspectiva de los derechos humanos en el ejercicio periodístico de los Participantes.

- Impulsar la cobertura de temas de derechos humanos y el derecho constitucional.

- Promover el conocimiento de los derechos humanos de las y los periodistas y profesionales de la comunicación y los mecanismos de defensa de los mismos.

## Perfil del Participante

- Periodistas y Reporteros que prestan sus servicios a los diferentes medios de comunicación radial, escrita, televisiva y virtual del país, y que cubren la fuente informativa del Congreso de la República.

## Perfil de Egreso

- Agente de cambio para que actúe en función de modificar favorablemente su contexto social y político a favor de la promoción de los derechos humanos.
- Analítico para que examine profundamente las particularidades de una situación desde el ámbito laboral y de participación ciudadana.
- Creativo para que ejecute ideas y productos originales.
- Ético para que pueda actuar conforme a principios que regulan las actividades humanas y profesionales en función de la defensa de los derechos humanos.

<http://www.elformaciondemocracia.org>

## Componente Presencial

Se desarrollan jornadas de docencia magistral, por expertos en cada uno de los módulos, quienes exponen los contenidos con una visión interpretativa, contextualizada e histórica, que facilite herramientas, marco teórico e instrumental científico para el abordaje de los temas.

Consta de trece módulos de dos horas de duración, impartidos los días viernes, durante los meses de Marzo a Julio 2015.

**COMISION DE APOYO TECNICO**  
**Unidad Permanente de Asesoría Técnica -UPAT-**

**ORIENTACION LEGISLATIVA**

**Objetivo:** Proveer a los estudiantes del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS), herramientas básicas necesarias en la labor investigativa-legislativa.

**LUGAR:** Hotel Panamerican

**Fechas:** 28 y 30 de abril; 5, 7, 12, 14 de mayo de 2015

**Horario:** 8:00 a 10:00 a.m.

**Participantes:** Pasantes

DÍA	ACTIVIDAD	OBJETIVO	CLASE	DOCENTE
28-04-2015 08:00 a 08:15	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apertura</li> <li>Bienvenida a estudiantes que están realizando pasantías durante 2015.</li> </ul>	Brindar bienvenida a los pasantes, señalar los objetivos de la actividad e inaugurar la actividad de orientación legislativa.		Presidente de la Comisión de Apoyo Técnico, diputado Oscar Armando Quintanilla Villegas
28-04-2015 08:15 a 10:00	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dinámica Parlamentaria</li> </ul>	Dar a conocer a los estudiantes cómo se produce el desenvolvimiento de la actividad parlamentaria en el Congreso de la República, que se enteren del día a día y de cómo, los diputados toman decisiones en su quehacer legislativo	Magistral	Doctor Víctor Manuel Valverth Morales
30-04-2015	<ul style="list-style-type: none"> <li>Funciones que corresponden al Congreso de la República</li> </ul>	Dar a conocer a los pasantes las diversas funciones que corresponden al Congreso de la República, de este modo, se pretende que no existan sorpresas cuando se les pida la elaboración de algún documento que tenga que ver con esas otras funciones parlamentarias.	Magistral	Doctor Víctor Manuel Valverth Morales
05-05-2015	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proceso de Formación de la Ley.</li> </ul>	Es de suma importancia que los estudiantes aprendan con detalle los procedimientos que se llevan a cabo para la aprobación de un decreto, desde su presentación como iniciativa de ley, su aprobación por el Pleno, las mayorías que se requieren para la aprobación respectiva; el proceso en el Ejecutivo hasta que se convierte en Ley de la República.	Magistral	Lic. Luis Eduardo López Ramos.
07-05-2015	<ul style="list-style-type: none"> <li>Elaboración de proyectos de ley y de dictámenes de Comisión</li> </ul>	Parte del apoyo que en muchas ocasiones se brinda es a las comisiones de trabajo. Por ello la importancia que los alumnos puedan conocer el trabajo que se realiza dentro de las mismas, y en tal virtud, la necesidad de contar con su apoyo, atendiendo a los diferentes momentos coyunturales en que se debe entrar a conocer un proyecto o la elaboración de su dictamen.	Magistral	Lic. Luis Eduardo López Ramos.

DÍA	ACTIVIDAD	OBJETIVO	CLASE	DOCENTE
12-045-2015	<ul style="list-style-type: none"> <li>Elaboración de estudios de antecedentes</li> </ul>	Después que los pasantes conozcan acerca del Congreso, sus funciones, el proceso de formación de la ley, la elaboración de dictámenes, es imprescindible que aprendan lo relativo a la forma en que se deben elaborar los estudios de antecedentes, que se constituyen en el soporte técnico que pueden acompañarse a una iniciativa presentada por uno o varios diputados, o a los dictámenes presentados por las Comisiones dictaminadoras.	Magistral	Licda. Silvia Salazar
14-05-2015	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pactos Políticos y Gobernabilidad</li> </ul>	Conocer la importancia de la distribución del poder en el mundo y la influencia de las principales potencias, que imponen sus ideas y concepciones al resto de los países, sobre todo a los menos poderosos.	Magistral	Lic. Ricardo Gómez Gálvez



Unidad Permanente de Asesoría Técnica  
Comisión de Apoyo Técnico Legislativo  
Congreso de la República de Guatemala

Guatemala, 7 de mayo de 2015

Honorable Diputado  
Juan Carlos Rivera  
Congreso de la República  
Su Despacho

Honorable Diputado Rivera

Me permito remitirle un cordial saludo, deseándole éxitos en sus actividades diarias.

Asimismo molesto su atención en el sentido que nos autorice el uso del salón que está ubicado en el 2do nivel del edificio 10-57 el día 25 de mayo del presente año, en un horario de 9:00 am a 11:00 am.

Esta solicitud obedece a que realizaremos una capacitación para periodistas de Comunicación Social.

Sin otro particular me suscribo de usted, como su atento y seguro servidor.

Atentamente

CONGRESO DE LA  
REPÚBLICA  
Comisión de Apoyo  
Técnico



Lic. Luis Eduardo López Ramos  
Coordinador General UPAT



Guatemala, 21 de mayo de 2015

Señores

Pollo Campero, S.A.

Pte.

Por medio de la presente hago de su conocimiento ya que soy estudiante de la Universidad de San Carlos de Guatemala, y estoy realizando mi Eps, y soy una persona de escasos recursos, por lo cual solicito a ustedes me proporcionen donación de producto para hacerlos rifados como parte de una actividad que tendré el día 25 del presente mes, en la 8ª. Ave. 10-57 Zona 1.

Sin otro particular se despide de usted.

Atentamente.

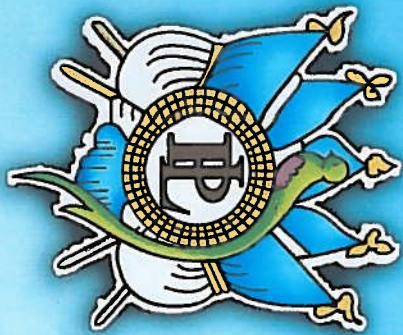
A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Lilian Gonzalez', written over a horizontal line.

Estudiante de EPS

Came: 9318472

Cell. 46789615





La Dirección de Comunicación Social  
del Congreso de la República

*Otorga*

# DIPLOMA

## DE RECONOCIMIENTO

A: *Master José María Torres*

---

Por su apoyo logístico en la realización de la  
capacitación sobre "Noticias Radiofónicas",  
dirigida al personal de Comunicación Social  
del Organismo Legislativo

Dado en la ciudad de Guatemala a los 25 días del mes de mayo de 2015



Director  
Fernando Bolaños

Espesista  
Lilian Patricia González





**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**  
**ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**  
**PROYECTO EPS**  
**LICENCIATURA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION**



**ENCUESTA DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL**  
**DE LA RADIO DEL CONGRESO**

1. ¿Sabía usted qué se está tratando de implementar la Radio en línea del Congreso?  
Si \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_
2. ¿Considera usted qué es necesaria la Radio del Congreso?  
si \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_
3. ¿Sabe usted si la radio en línea del Congreso cuenta con suficiente equipo para que funcione con total capacidad?  
si \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_
4. ¿Cree usted que sería bueno recibir capacitación con especialistas en temas radiales?  
Si \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_
5. ¿Estaría dispuesto a participar en capacitaciones en temas de Radio digital y periodismo radial?  
Si \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_
6. ¿Cree usted que hace falta personal en la Radio del Congreso?  
Si \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_

7. ¿Piensa usted que podría crearse un logotipo para la Radio del Congreso?

Si \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_

8. ¿Usted ha visto o ha leído algo de la Radio del Congreso?

Si \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_

9. ¿Considera usted que a la Radio del Congreso le haría falta equipo profesional de acuerdo a la tecnología actual?

Si \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_

10. ¿Cree usted que hace falta espacio físico para la Radio del Congreso?

Si \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_



AGENDA  
AUDIENCIAS PÚBLICAS – MESA DE TRABAJO-  
**LEY DE CONTRATACIONES DEL ESTADO**  
Martes, 23 de junio de 2015

- 9:00 Bienvenida a participantes, Lic. Álvaro Trujillo.
- 9:05 Breve explicación del objetivo de la actividad. Licda. Nineth Montenegro.
- 9:10 Exposición de propuestas de reformas al Decreto 57-92 Ley de Contrataciones del Estado, Lic. Gustavo Porras Presidente Consejo Económico Social de Guatemala.
- 9:25 Espacio para dudas y preguntas por los asistentes.
- 9:30 Exposición de propuestas de reformas al Decreto 57-92 Ley de Contrataciones del Estado, Licenciado Raúl Monterroso representante CACIF.
- 9:45 Espacio para dudas y preguntas por los asistentes.
- 9:50 Exposición de propuestas de reformas al Decreto 57-92 Ley de Contrataciones del Estado. Lic. Martín Arévalo representante UNOPS.
- 10:05 Espacio para dudas y preguntas por los asistentes.
- 10:10 Exposición de propuestas de reformas al Decreto 57-92 Ley de Contrataciones del Estado, Representante ICEFI.
- 10:25 Espacio para dudas y preguntas por los asistentes.
- 10:30 *Coffee Break*
- 10:40 Exposición de propuestas de reformas al Decreto 57-92 Ley de Contrataciones del Estado, Lic. Juan Pablo Verdugo/ Miguel Ángel Mazo, Gremial de Importadores de Maquinaria Agrícola, de Construcción e Industrial.
- 10:55 Espacio para dudas y preguntas por los asistentes.
- 11:00 Exposición de propuestas de reformas al Decreto 57-92 Ley de Contrataciones del Estado, Representante Acción Ciudadana.
- 11:15 Espacio para dudas y preguntas por los asistentes.
- 11:20 Exposición de propuestas de reformas al Decreto 57-92 Ley de Contrataciones del Estado, Representante Fundación 2020.
- 11:35 Espacio para dudas y preguntas por los asistentes.
- 11:40 Exposición de propuestas de reformas al Decreto 57-92 Ley de Contrataciones del Estado, Lic. Oscar Morales, representante LEX IUS.
- 11:55 Espacio para dudas y preguntas por los asistentes.
- 12:00 Exposición de propuestas de reformas al Decreto 57-92 Ley de Contrataciones del Estado, Dr. Mario Fernando Zúñiga representante SIMEOIGSS.
- 12:15 Espacio para dudas y preguntas por los asistentes.
- 12:20 Conclusiones y reflexiones de las propuestas presentadas, Licda. Nineth Montenegro.
- 12:30 Cierre de la actividad, Lic. Álvaro González.

Con el auspicio de

LEGIS





**AGENDA**  
**AUDIENCIAS PÚBLICAS – MESA DE TRABAJO-**  
**LEY DE CONTRATACIONES DEL ESTADO**

*Jueves, 25 de junio de 2015*

- 
- 9:00 Bienvenida a participantes, Lic. Álvaro Trujillo.
- 9:05 Breve explicación del objetivo de la actividad. Licda. Nineth Montenegro.
- 9:10 Exposición de propuestas de reformas al Decreto 57-92 Ley de Contrataciones del Estado, Lic. Héctor Centeno, representante Cámara de Industria de Guatemala.
- 9:25 Espacio para dudas y preguntas por los asistentes.
- 9:30 Exposición de propuestas de reformas al Decreto 57-92 Ley de Contrataciones del Estado, Lic. Alex Huschke, representante Jaeger.
- 9:45 Espacio para dudas y preguntas por los asistentes.
- 9:50 Exposición de propuestas de reformas al Decreto 57-92 Ley de Contrataciones del Estado, Representante FLACSO.
- 10:05 Espacio para dudas y preguntas por los asistentes.
- 10:10 Exposición de propuestas de reformas al Decreto 57-92 Ley de Contrataciones del Estado, Diputado Álvaro González, Bancada CREO.
- 10:25 Espacio para dudas y preguntas por los asistentes.
- 10:30 *Coffee Break*
- 10:40 Exposición de propuestas de reformas al Decreto 57-92 Ley de Contrataciones del Estado, Diputado José Alejandro De León, Presidente Comisión Extraordinaria Nacional Por la Transparencia.
- 10:55 Espacio para dudas y preguntas por los asistentes.
- 11:00 Exposición de propuestas de reformas al Decreto 57-92 Ley de Contrataciones del Estado, Sr. Miguel Ángel García.
- 11:15 Espacio para dudas y preguntas por los asistentes.
- 11:20 Exposición de propuestas de reformas al Decreto 57-92 Ley de Contrataciones del Estado, Ing. Manuel Ángel Castillo.
- 11:35 Espacio para dudas y preguntas por los asistentes.
- 11:40 Exposición de propuestas de reformas al Decreto 57-92 Ley de Contrataciones del Estado, Señor Luis Mojica.
- 11:55 Espacio para dudas y preguntas por los asistentes.
- 12:00 Exposición de propuestas de reformas al Decreto 57-92 Ley de Contrataciones del Estado, Lic. Juan Pablo Verdugo representante de AGIMACI y CECOMS
- 12:15 Espacio para dudas y preguntas por los asistentes.
- 12:20 Exposición de propuestas de reformas al Decreto 57-92 Ley de Contrataciones del Estado, Sr. Pablo Ortega, representante ASOVID.
- 12:35 Espacio para dudas y preguntas por los asistentes.
- 12:40 Exposición de propuestas de reformas al Decreto 57-92 Ley de Contrataciones del Estado, Lic. Aldo Ordoñez representante Cámara de Comercio de Guatemala.
- 12:55 Espacio para dudas y preguntas por los asistentes.
- 13:00 Conclusiones y cierre de la actividad, Licda. Nineth Montenegro.



Congreso de la República



ESCUELA DE CIENCIA POLÍTICA



*La Comisión de Derechos Humanos del Congreso de la República, la Escuela de Ciencia Política de la Universidad de San Carlos de Guatemala y el Instituto Holandés para la Democracia Multipartidaria,*

*Otorgan el presente Diploma a:*

***Lilian Patricia González Monroy***

*Por su participación en el:*

# ***“Diplomado de Derechos Humanos y Libertad de Expresión”***

*Y haber cumplido con los criterios de evaluación que le permitieron aprobar satisfactoriamente el programa formativo que se desarrolló del 13 de Marzo al 24 de Julio.*

Guatemala, 24 de Julio de 2015



*Mirza Arreaga*

**Mirza Arreaga**  
Presidenta Comisión de  
Derechos Humanos del  
Congreso de la República



*Marcio Palacios*

**Marcio Palacios**  
Director Escuela de Ciencia  
Política, Universidad de San  
Carlos de Guatemala

*Ligia Ixmucané Blanco*

**Ligia Ixmucané Blanco**  
Directora y Representante  
Legal NIMD-Guatemala



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

OF. No. 048-2015 FB/vs

Guatemala 13 de agosto 2015

Diputado  
Julio López Villatoro  
Segundo Vicepresidente de Junta Directiva  
Congreso de la República  
Su despacho

SEGUNDA VICEPRESIDENCIA DE JUNTA DIRECTIVA  
CONGRESO DE LA REPUBLICA DE GUATEMALA, C.A.

RC 17 AGO 2015  
Hora 9:17 FIRMADO Clonier L.

Honorable Señor Diputado:

De manera muy atenta, me dirijo a usted con el objeto de solicitarle el Salón Larrazábal con su montaje sillas y mesas en U, para 25 personas, ya que nos brindarán una capacitación al personal de esta Dirección. El día lunes 24 de agosto del presente años, en horario de 8:00 a 11:00 horas.

Sin otro particular, me es grato suscribirme de usted y presentarle mis más altas muestras de consideración y estima.



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

Fernando Bolaños Barillas  
Director de Comunicación Social

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

OF. No. 049-2015 FB/vs

Guatemala 13 de agosto del 2015

Señor  
Brando Rodríguez  
Encargado de Informática  
Congreso de la República  
Su despacho

Saludándole cordialmente, el motivo de la presente es para solicitarle una cañonera con su laptop para una capacitación que tendrá el personal de esta Dirección, para el lunes 24 de agosto del presente año, de 8:00 a 11:00 a.m. en el salón Larrazabal, por lo que agradeceré su apoyo a la misma.

Sin otro particular me suscribo de usted,

Atentamente,



Fernando Bolaños Barillas  
Director de Comunicación Social



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





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

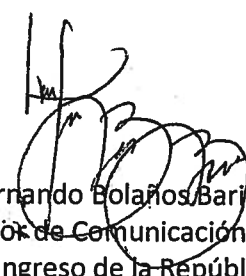
Guatemala 19 de agosto de 2015

Licenciado  
Rony Zúñiga  
Departamento de Comunicación Social  
Contraloría General de Cuentas  
Presente

Le saludo cordialmente deseándole éxitos en sus actividades diarias. El motivo de la presente es para solicitar su colaboración con la Dirección de Comunicación Social del Congreso de la República, esto con el fin que pueda participar impartiendo una charla Magistral a los periodistas que laboran en esta Dirección con la finalidad de enriquecer los conocimientos y aplicarlos en el trabajo diario.

Esto se realiza en el marco de las capacitaciones constantes que se imparte a los comunicadores del Congreso de la República y se llevará a cabo el día lunes 24 de agosto de 2015, de 08:00 a 11:00 horas en el Salón Mayor de Protocolo ubicado en el Edificio de Casa Larrazábal del Congreso de la República, por lo que esperamos poder contar con su presencia en dicha actividad.

En espera de su pronta respuesta de antemano muy agradecido, me suscribo con mis más altas muestras de estima.

  
Fernando Bolaños Barillas  
Director de Comunicación Social  
Congreso de la República  
Tels. 5879-1740 y 50004041

LUIS FERNANDO BOLAÑOS BARILLAS  
DIRECTOR DE COMUNICACION SOCIAL  
CONGRESO DE LA REPUBLICA  
GUATEMALA, C.A.



La Dirección de Comunicación Social  
del Congreso de la República

*Otorga*

# DIPLOMA DE RECONOCIMIENTO

A Master: Rony Zuñiga

Por su apoyo en la realización de la  
capacitación sobre “Relaciones Interpersonales”  
dirigida al personal de Comunicación Social  
del Organismo Legislativo

Dado en la ciudad de Guatemala a los 24 días del mes de agosto de 2015



  
Director  
Fernando Bolaños

  
LILIAN PATRICIA GONZÁLEZ  
DIRECTORA DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
CONGRESO DE LA REPÚBLICA  
GUATEMALA, C.A.

  
Epesista  
Lilian Patricia González

