

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

**ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

**“PLAN COMUNICACIONAL PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA  
COMUNICACIÓN INTERNA Y LAS RELACIONES PÚBLICAS DE LA  
DIRECCIÓN DE ATENCIÓN Y ASISTENCIA AL CONSUMIDOR, DIACO”**

**ROCÍO MARIBELL GARCÍA GÓMEZ**

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2016**

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



**“PLAN COMUNICACIONAL PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA  
COMUNICACIÓN INTERNA Y LAS RELACIONES PÚBLICAS DE LA  
DIRECCIÓN DE ATENCIÓN ASISTENCIA AL CONSUMIDOR, DIACO”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

**Presentado al Honorable Consejo Directivo por:**

Rocío Maribell García Gómez

Previo a optar el título de:

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Guatemala, noviembre de 2016.

## **Consejo Directivo**

### **Director**

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

### **Representantes Docentes**

Lic. Mario Campos

Lic. Gustavo Morán

### **Representantes Estudiantiles**

Mario Roberto Barrientos Aldana

Anaite del Rosario Machuca Pérez

### **Representante de Egresados**

Lic. Michael González Bártres

### **Secretaria Administrativa**

M.Sc. Claudia Molina

### **Coordinador EPS Licenciatura**

Lic. Luis Pedroza Gaytán

### **Supervisores de EPS Licenciatura**

Licda. Sandra Noemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios



Guatemala, 23 de Septiembre de 2016

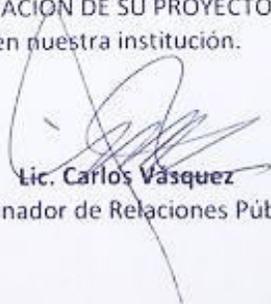
Lic. Luis Pedroza  
**Coordinador**  
*Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura*  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Licenciado Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que el estudiante(a) **epesista Rocío Maribell García Gómez** con número de carné: **200719350** de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en Departamento de Relaciones Públicas, cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del 2 de Mayo al 18 de Julio del año en curso; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto: **"Plan comunicacional para el Fortalecimiento de la Comunicación Interna y las Relaciones Públicas de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, DIACO"** entregando el material comunicacional respectivo, debidamente recibido por Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, DIACO.

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista (a) y, para los usos y procesos siguientes en el proceso de EPS de Licenciatura, extendemos la presente **CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA** en nuestra institución.

Atentamente,

  
**Lic. Carlos Vásquez**  
Coordinador de Relaciones Públicas



MINISTERIO DE ECONOMÍA  
Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, DIACO  
7a Ave. 7-61 zona 4, Tercer nivel Edificio del Registro Mercantil  
PBX (502) 2501-9898 Ext. 102  
Cel.: (502) 5837 6382  
Correo: carlosvasquezmcd@gmail.com  
Web: www.diacogob.gt



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

Guatemala 3 de Noviembre de 2016

Estudiante

Rocío Maribell García Gómez

Carné: 200719350

Escuela de Ciencias de la Comunicación

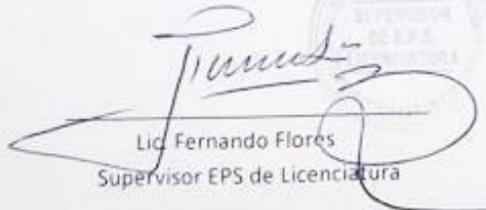
De mi consideración:

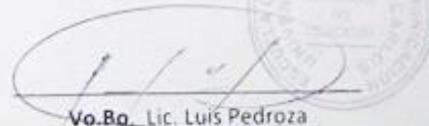
Me complace informarle que he revisado su informe final de EPS de Licenciatura con el título "Plan comunicacional para el fortalecimiento de la Comunicación interna y las Relaciones Públicas de la Dirección de atención y asistencia al consumidor «DIACO»". El citado trabajo cumple los requisitos de rigor del presente programa por lo cual, emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la impresión de su trabajo final de EPS de Licenciatura en número de 10 ejemplares impresos y 3 CD'S con el documento incluido en formato PDF los cuales deberá entregar a las instancias correspondientes.

Sin otro particular,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

  
Lic. Fernando Flores  
Supervisor EPS de Licenciatura

  
Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza  
Coordinador EPS de Licenciatura



**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)

## Dedicatoria

Al ser que me dio la vida que me permitió iniciar y concluir mis estudios hasta este grado académico. Él que me escucha y me ayuda cuando más lo necesito, cuando siento perder el rumbo de mi vida me levanta y me hace saber que está conmigo, me da la fe que necesito para poder cumplir con mis metas sueños y anhelos.

A los seres que amo, los que me impulsaron a seguir adelante, los que siempre creyeron en mí, mi respetado padre José Raúl García Contán: Quien fue un buen ejemplo, el que me brindo su amor, sus consejos, sus frases, su amistad, su apoyo, y el ser luchador, sobre todo, por formar los mejores recuerdos que una de hija puede tener con su papá.

A mi madre María Catalina Gómez de García: Quien es mi fuente de inspiración por su tenacidad por ese ser tan maravilloso que es por dentro, por ser el pilar de la familia, por ser una mujer luchadora, inteligente, amorosa, quien a pesar de las dificultades y pruebas difíciles que ha enfrentado en la vida, siempre está ayudando y aconsejando a cada uno de sus hijos.

A mis tres Hermanos, porque cada uno me ha demostrado su amor, cariño, amistad, pero sobre todo me han apoyado para cumplir mis metas académicas, por siempre cuidarme, molestarme, sé que cuento con ellos, sobre todo porque me motivan a seguir adelante.

A mis dos abuelitas Simona Contán, Soledad Gómez, por sus consejos, por ser piezas fundamentales en mi formación, por los momentos compartidos, por las risas, por ser mis segundas madres, por el amor cuidado y dedicación sin esperar nada a cambio, por eso esta etapa de mi vida es parte de ustedes.

A mi recordada Clarita, seguirá siendo parte importante en mi familia gracias por los últimos momentos compartidos, mis queridas tías: Tía Chusy por seguir pendiente de toda su familia, por ser como nuestra segunda abuela al ser la mayor de todas, mi tía Chavelita, tía Carmen, a mi tía Jacy a pesar de estar lejos siempre está pendiente de nosotros brindando su apoyo y bendiciones, a mi tía Mary por estar siempre con nosotros. A tío José, por impulsarme a seguir adelante, tía Katy, mis primos y mi prima Paola.

A Charly que me has apoyado tanto, que me ayudas a seguir adelante, me escuchas, aconsejas, me brindas tu amor y respeto y este año me demostraste que si cuento contigo.

## **Agradecimiento**

### **A Dios**

Porque me permite seguir viviendo y compartiendo con mi familia estos momentos únicos e importantes.

### **A mi madre**

Por el apoyo brindado para que esta meta se hiciera realidad, por ser tan comprensiva y paciente conmigo en esta etapa de mi vida.

### **En especial a mis hermanos**

**Raúl García:** por estar pendiente de mí, por ser mi hermano mayor y un gran apoyo para culminar mi carrera y motivarme a seguir creciendo como persona.

**Jonathan García:** por tu preocupación y buen ejemplo en seguir preparándose para ser un profesional de bien, así como tu apoyo en los momentos de necesidad.

**Lester García:** por ser solidario conmigo en el transcurso de mi preparación académica, por brindarme alegría en los momentos difíciles.

### **A Carlos Barrios**

Por todo el tiempo dedicado así mí, por su apoyo incondicional, por estar ahí conmigo en los momentos más difíciles de mi vida y sobre todo en los triunfos, por ser un buen hombre, amigo y compañero.

### **A Raquel Miranda**

Por todo su tiempo y entusiasmo hacia mí, por su amistad, consejo y guía.

### **A la Universidad de San Carlos de Guatemala**

Por haber permitido que continuara con mis estudios.

### **A la DIACO**

Por permitirme integrarme a realizar mi ejercicio profesional supervisado y la confianza en los proyectos realizados.

### **Al Licenciado Carlos Vásquez**

Por su guía, su paciencia y apoyo durante el periodo de mi EPS.

## Índice

Resumen.....	i
Introducción.....	iii
Justificación.....	v
CAPÍTULO I .....	1
1. Diagnóstico .....	1
1.1. Objetivos del Diagnóstico .....	1
1.1.1. Objetivo General: .....	1
1.1.2. Objetivo Específicos: .....	1
1.2. Institución .....	2
1.2.1. Ubicación Geográfica .....	2
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas .....	3
1.2.3. Antecedentes o Historia .....	5
1.2.4. Departamento o Dependencias .....	6
1.2.5. Misión.....	10
1.2.6. Visión.....	10
1.2.7. Objetivos Institucionales .....	11
1.2.8. Público Objetivo.....	11
1.2.9. Organigrama .....	12
1.3. Metodología del Diagnóstico .....	13
1.3.1. Descripción del Método:.....	13
1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección .....	14
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico.....	15
1.4. Recopilación de Datos.....	16
1.4.1. Ficha de Encuestas .....	16
1.4.2. Resultados de las Encuestas.....	20

1.4.3. Tablas Comparativas.....	23
1.4.4. Gráficas de Resultados de las Encuestas .....	24
1.5. Radiografía de la Institución (FODA).....	36
1.5.1. Fortalezas: .....	36
1.5.2. Oportunidades:.....	36
1.5.3. Debilidades: .....	36
1.5.4. Amenazas: .....	36
CAPÍTULO II .....	37
2. Plan de Comunicación .....	37
2.1. Antecedentes del Departamento de Comunicación Social.....	37
2.2. Objetivos del Plan de Comunicación .....	39
2.2.1. Objetivo General .....	39
2.2.2. Objetivos Específicos .....	39
2.3. Público Objetivo .....	40
2.4. Mensaje.....	40
2.5. Estrategias.....	40
2.6. Acciones de Comunicación.....	41
CAPÍTULO III .....	43
3. Informe de Ejecución.....	43
3.1. Proyecto Desarrollado.....	43
3.1.1. Financiamiento .....	43
3.1.2. Presupuesto.....	44
3.1.3. Beneficiarios .....	46
3.1.4. Recurso Humano .....	46
3.1.5. Área Geográficas de Acción.....	48

3.2. Estrategias y Acciones Desarrolladas.....	50
3.3. Cronograma de Actividades .....	64
3.4. Control y Seguimiento: .....	65
Conclusiones.....	69
Recomendaciones .....	70
Glosario.....	71
Bibliografía .....	76
E- grafías .....	77
Anexos .....	78

## **Resumen**

**Título:** “Plan Comunicacional para el Fortalecimiento de la Comunicación Interna y las Relaciones Públicas de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor-DIACO-dependencia del Ministerio de Economía.” **Autor:** Rocío Maribell García Gómez.

**Universidad:** Universidad de San Carlos de Guatemala.

**Unidad Académica:** Escuela de Ciencias de la Comunicación.

### **Objetivos del Proyecto:**

#### **General:**

El fortalecimiento de la comunicación Interna y las Relaciones Públicas dentro de la Institución para mejorar al Departamento de Comunicación Social de la DIACO.

#### **Específicos:**

- Mejorar la Comunicación Interna por medio de material escrito y divulgativo.
- Creación de un sistema de información interna y externa dirigido por medio de un grupo de whatsapp, para interacción entre empleados, para estar informados y comunicados de las actividades que se realizan en cada Departamento de la Institución.
- Impulsar la Imagen Pública de la Institución.

## **Sinopsis del proyecto:**

Este proyecto de comunicación tuvo como base fundamental la creación e implantación de estrategias funcionales, que permitieron establecer dentro de la Institución la importancia que tiene el Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas.

Por medio del diagnóstico se determinaron los puntos débiles que tiene la Institución en cuanto a la carencia de herramientas para mejorar los procesos de comunicación Internos y Externos.

El plan de comunicación englobó estrategias específicas para determinado un público objetivo, para mejorar el manejo de la comunicación interna por medio de la creación de material informativo, alcanzando una comunicación efectiva entre los empleados de cada departamento de la Institución.

En la ejecución de este proyecto se fortalecieron las herramientas de comunicación institucional, de manera efectiva y profesional ya que fue dirigida a autoridades y empleados.

Esto definió las necesidades de la Institución, mejorando así la comunicación vertical y horizontal, logrando un flujo más eficiente y efectivo dentro de DIACO; el implementar este plan agilizó la comunicación y el relacionamiento entre empleados y autoridades.

Asimismo, se buscó que las estrategias fueran desarrolladas como parte fundamental para la Institución y para el fortalecimiento del Departamento de Comunicación y Relaciones Públicas.

## Introducción

El presente proyecto se realizó en la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor DIACO- dependencia del Ministerio de Economía de Guatemala, la cual se encarga de defender los derechos de los consumidores y usuarios, cumpliendo con la legislación a través de procesos eficaces, aplicando la mejora continua; fomentando para ello relaciones equitativas entre consumidores y proveedores.

Como parte del Ejercicio Profesional Supervisado de la carrera de Licenciatura de Comunicación Social de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se elabora un diagnóstico para la propuesta de un plan de comunicación para llegar al proyecto final que será presentado a continuación.

El presente proyecto que lleva como título “Plan Comunicacional para el Fortalecimiento de la Comunicación Interna y las Relaciones Públicas de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, DIACO” tiene entre sus objetivos, fortalecer los canales de comunicación interna y externa, para brindar la información de todas las actividades que se realizan en la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor DIACO.

En las estrategias que se propusieron resalta la intensificación de difusión de actividades con la elaboración de contenidos ajustados a las necesidades de comunicación interna requeridas en el momento, con sus debidas actividades para coordinar y apoyar la estrategia de comunicación de la Institución.

En las estrategias de comunicación se propone utilizar un boletín interno, un grupo de mensajería instantánea, ferias de información, protocolo y participación en las campañas institucionales con el mensaje central *“Una excelente vía de comunicación, hace el éxito de una Institución”*.

## **Justificación**

La importancia de realizar este proyecto fue para concluir la Carrera de Comunicación Social de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, por lo que nace la inquietud de poner en práctica todos los conocimientos adquiridos en el salón de clase, por lo que se optó por realizar el Examen Práctico Supervisado.

Con base a la observación e investigación que se realizó para mejorar la comunicación de la Institución con el público objetivo, dentro de las instalaciones, por lo que se hizo necesario el plan comunicacional para crear estrategias de comunicaciones entre autoridades y empleados de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor.

En este estudio se enfocó la importancia de la comunicación interna y las relaciones interpersonales dentro de una institución, para mejorar su crecimiento interno y externo. Debido a la poca comunicación organizacional que existe en la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor se planteó estrategias de comunicación que ayudaran a mejorar esta debilidad.

Recordando que todo departamento de comunicación en su proceso debe de llevarse de la mano con la Institución por medio de las Relaciones Publicas, lo que se destacó la necesidad de trabajar más en el tema, comenzando desde la primera semana de práctica el dar a conocer el departamento de Comunicación Social.

Por lo que para la Institución las relaciones públicas y la comunicación interna debe ser de vital importancia para apoyar e implementar todo tipo de estrategias de comunicación que se desarrollen en el departamento, teniendo en cuenta un mejor rendimiento y esfuerzo con los colaboradores de la Institución.

Otras de las razones fue el de involucrarse desde ya como una comunicadora social, como agente de cambios, de ideas, de buscar un aporte fundamental para mejorar el

desarrollo de la organización del departamento de comunicación y para la institución, para crecer profesionalmente aprendiendo aspectos vitales de esta carrera.

Coordinar actividades de comunicación, proyectos de protocolo, de relaciones públicas así como perder el miedo a lo desconocido y poner en práctica la creatividad y los valores humanos y acciones cálidas y amables que nos caracteriza como comunicadores sociales.

# CAPÍTULO I

## 1. Diagnóstico

### Título del Diagnóstico:

“Diagnóstico Institucional sobre el Manejo de la Comunicación Interna y las Relaciones Públicas de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor -DIACO-

### 1.1. Objetivos del Diagnóstico

#### 1.1.1. Objetivo General:

- Determinar los puntos débiles del Departamento de Comunicación Social de la Institución, para mejorar los procesos de comunicación internos y externos.

#### 1.1.2. Objetivo Específicos:

- Identificar las debilidades en las relaciones públicas dentro del Departamento de Comunicación Social DIACO.
- Determinar el nivel de importancia que las autoridades le dan a la Comunicación Interna dentro de la Institución.
- Presentar un plan de Comunicación para solucionar los problemas detectados, dentro de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor DIACO.

## 1.2. Institución

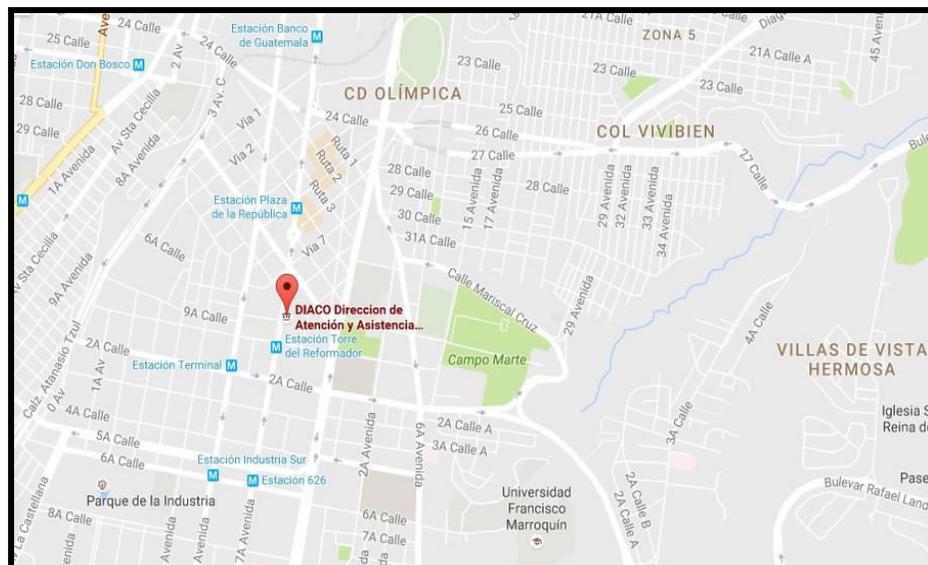
Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor- DIACO- dependencia del Ministerio de Economía.

### 1.2.1. Ubicación Geográfica

7ª. Avenida 7-61 zona 4, 3er. Nivel, Edificio Registro Mercantil. PBX: 2501-9898.



Fuente: Edificio del Registro Mercantil, 3er. Nivel, Oficinas Centrales DIACO.



Fuente: Ubicación Geográfica, de DIACO. Datos proporcionados por Google Maps.2016

## 1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

- **Ministerio de Economía:** A través de la DIACO y otras entidades, lleva a cabo los Convenios de Cooperación Interinstitucional, con el objeto de contribuir a evitar la duplicidad de esfuerzos y complementar las actividades que realiza la DIACO con otros entes público, que tienen a su cargo la prestación de servicios a consumidores y usuarios.
- **Ministerio de Educación –MINEDUC (Suscrito el 01 de enero de 2005):** Con el objeto de proteger la economía familiar de los padres de familia en la presentación de los servicios educativos en el país, logrando asimismo calidad educativa en los establecimientos.
- **Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda, Superintendencia de Comunicaciones –SIT– (Suscrito el 15 de marzo de 2005):** Para proteger los derechos de los usuarios de los servicios de telecomunicaciones.
- **Ministerio de Energía y Minas, Dirección General de Hidrocarburos (Suscrito el 31 de agosto de 2005):** Para velar por la protección y defensa de los derechos de los usuarios en los servicios de expendios de combustibles y gas licuado. Operativos se llevan a cabo bajo la denominación de “Plan Centinela”.
- **Cámara de Industria (Suscrito el 01 de febrero de 2006):** Para abrir la posibilidad de una cooperación mutua dentro del campo de la solución de conflictos, especialmente en el caso de conciliación y arbitraje de consumo.

- **Registro del Mercado de Valores y Mercancías:** Para contribuir a evitar duplicidad de esfuerzos en las acciones que se emprenden para la solución de problemas generados por la actuación de algunas instituciones financieras.
- **Sistema Nacional de la Calidad:** Con el objeto de coordinar acciones que tiendan a la protección de los consumidores y usuarios, cumpliendo con los objetivos de metrología legal con relación a los instrumentos de medición y pesaje.
- **Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT):** Con el objeto de coordinar acciones que tiendan a proteger a los usuarios de servicios turísticos, llevando a cabo verificaciones conjuntas y compartir información de las quejas recibidas en cada institución. A su vez, propiciar capacitaciones para el personal asignado a dichas actividades.
- **Defensoría de la Mujer Indígena (DEMI):** Con el objetivo de apoyar las acciones necesarias para el mejoramiento del nivel de vida de la mujer indígena y su familia mediante su participación en las distintas ferias de consumidores que organiza DIACO. Esta alianza brinda apoyo y capacitación a la mujer indígena para que conozca sus derechos como consumidora.

### **1.2.3. Antecedentes o Historia**

**La protección al Consumidor al Consumidor es implementada en Guatemala**, en el año 1985 cuando se emitió la primera Ley (Decreto Ley 1-85 del Jefe de Estado General Oscar Humberto Mejía V. de fecha 14 de enero de 1985). Cuyo objetivo era el de desarrollar, por parte del Estado, de la defensa de los derechos e intereses de los consumidores, en un marco de política económica regulada por el Estado.

Por ende, su objetivo era el de controlar y evitar el alza inmoderada en los precios de los productos y servicios esenciales para la población y establecer los delitos económicos y las sanciones correspondientes en el caso del incumplimiento, por parte de los proveedores de los preceptos y la normativa que dicha Ley contemplaba.

La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), fue creada como dependencia del Ministerio de Economía el 4 de septiembre de 1995, conforme el artículo 1 del Acuerdo Gubernativo No. 425-95, donde se estableció su competencia en cuando a orientar, asistir e informar al consumidor, dando así el inicio de su expansión a 19 sedes regionales y 2 municipales, Mixco y Villa Nueva.

En esa fecha se suprimió la Oficina de Control de Precios del Ministerio de Economía, encargada del control de los precios de los productos de consumo básico.

El artículo 119 literal i) de la Constitución Política de la República de Guatemala establece la defensa de consumidores y usuarios en cuanto a la preservación de la calidad de los productos de consumo interno y de exportación para garantizar su salud, seguridad y legítimos intereses económicos.

Para el cumplimiento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario y su Reglamento, se estableció el **Decreto 6-2003**. (Ministerio de Economía, 2005). Dentro de un Plan del actual Gobierno 2012-2016, se enfatía en la conveniencia de crear y mantener las condiciones adecuadas para que los agentes económicos involucrados en el proceso productivo, en un entorno competitivo, equitativo y sustentable.

Entre las atribuciones de la DIACO, está la de velar por el respeto y cumplimiento de los derechos de los consumidores y usuarios, así como de las obligaciones de los proveedores, a través de su línea de quejas 1544, funcionando las 24 horas los 365 días del año, a su vez por el portal web: [www.diaco.gob.gt](http://www.diaco.gob.gt) y su sede física, Centro de Atención Quejas situada en la 6ª Ave. 0-35 zona 4 centro comercial plaza zona 4, 3er nivel.

En este sentido, su campo de acción, está relacionado directamente con los consumidores y usuarios. De tal manera que el primer derecho se refiere a la protección a su vida, salud y seguridad en la adquisición, consumo y uso de los bienes y servicios.

#### 1.2.4. Departamento o Dependencias

La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor se rige en marco de los 4 Ejes pragmáticos:

EJE 1	EJE 2	EJE 3	EJE 4
Departamento de Promoción y Asesoría	Departamento de Servicios al Consumidor	Departamento de Verificación y Vigilancia	Departamento de Asesoría al Proveedor

**Fuente:** Elaboración propia (Memoria de Labores DIACO, 2012), diseño por: **Epesista** Rocío García.

- **Área Promoción y Asesoría Consumidor**

Este Departamento tiene como objetivo primordial dar a conocer los alcances de la Ley y su Reglamento, educar y capacitar al consumidor para que esté en condiciones de hacer valer sus derechos en las relaciones comerciales que realiza con los proveedores de bienes y servicios.

Conferencias seminarios y charlas realizadas sobre derechos y obligaciones de los consumidores y proveedores de bienes y servicios y mecanismo para realizar denuncias a DIACO- por los medios disponibles para ello, el diseño y distribución de material informativo y educativo diverso. (Memoria de Labores DIACO, 2012).

**Actividades:**

- ✓ Ferias al Consumidor
- ✓ Educación Financiera
- ✓ Día Mundial del Consumidor
- ✓ Capacitación a la Universidad de San Carlos de Guatemala. (Memorias de labores 2015).

<b>Líneas de Trabajo</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
Conferencias y charlas realizadas	346	299	201	345
Asistentes a Conferencias	10,919	10,977	6,650	11,000
Distribución de Material	43,399	77,976	88,109	109,616

**Fuente:** Departamento de Promoción y Asesoría al Consumidor y Sedes Regionales. Memoria de Labores DIACO 1, 2012.

- **Área de Servicios al Consumidor:**

El departamento de servicios al Consumidor en oficinas centrales y sedes, tiene la finalidad principal de asistir a los consumidores y usuarios en sus reclamaciones a los proveedores, mediante los procedimientos pertinentes, cuando consideren que las relaciones comerciales con los mismos no han sido del todo satisfactorias. - (Memoria de Laborales DIACO, 2012).

**Actividades:**

- ✓ Resolución de Quejas
- ✓ Recuperaciones a Favor del Consumidor y Usuario
- ✓ Lanzamiento de la plataforma del sistema de defensa del consumidor y usuario (Memoria de Labores, 2015).

<b>Actividad</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
Quejas recibidas	4,324	4,772	4,865	5,564
Quejas Resueltas	2,403	2,215	2,473	2,807
Relación porcentual (quejas resueltas / quejas atendidas)	56%	46%	51%	50%
Relación porcentual (quejas resueltas / quejas atendidas)	83%	87%	79%	80%

**Fuente:** Departamento de Servicios al Consumidor y Sedes Regionales. Memoria de Labores DIACO 1. \*Corresponden a las que fueron debidamente documentadas”.

- **Área de Verificación y Vigilancia**

Este departamento tiene a su cargo realizar las acciones pertinentes, por denuncia o de oficio para supervisar, investigar y controlar si los establecimientos que realizan actividades comerciales o de servicios, están cumpliendo con la normativa interna vigente y con los compromisos internacionales.

El personal de este departamento lleva a cabo los monitoreos de precios de los productores que conforman la canasta básica de alimentos, así como de otros productos considerados estratégicos, como el caso de los combustibles, productos de temporada y otras.

**Actividades:**

- ✓ Plan Belén
- ✓ Mesas técnicas
- ✓ Plan de verificación de etiquetado
- ✓ Plan centinela
- ✓ Plan de verificación y mercado (Memoria de Labores, 2015).

- **Área de Asesoría al Proveedor**

Este Departamento tiene a su cargo el asesor a los proveedores respecto a sus obligaciones según lo dispuesto en la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, contenidos en los artículos 15 y 17 de la Ley, así como de verificar que no lleven a cabo actos prohibidos por la misma. (Decreto 6-2003, Ley de Protección al Consumidor y Usuario).

**Actividades:**

- ✓ Capacitación a Proveedores
- ✓ Capacitación a docentes del Ministerio de Educación
- ✓ Proceso Jurídico Sancionatorio.

<b>Descripción de Actividades</b>	<b>Número</b>
Sanciones por infracciones a la Ley	105
Multas por actas de verificación	63
Por quejas	27
Apercibimientos escritos/públicos	15
Resoluciones de autorización de Contratos de Adhesión	219
Resoluciones de autorización de Instrumentos de Medición	251

**Fuente:** Informes del Departamento Jurídico. Memoria de Labores DIACO 1, Corresponde a las que fueron debidamente documentadas.

**1.2.5. Misión**

Educar e informar a los consumidores acerca de sus derechos y obligaciones.

**1.2.6. Visión**

Que los guatemaltecos conozcan y ejerzan sus derechos como consumidores y usuarios.

### **1.2.7. Objetivos Institucionales**

- Promover, divulgar y defender los derechos de los consumidores y usuarios, cumpliendo con la legislación a través de procesos eficaces, aplicando la mejora continua; fomentando para ello relaciones equitativas entre consumidores y proveedores.
- Atender el 100% de las quejas desde su recepción, hasta sus diversas formas de resolución.
- Lograr la verificación de un 70% de las quejas trasladadas, en el plazo establecido.

### **1.2.8 Público Objetivo**

- Consumidores y usuarios.
- Proveedores de servicios y productos.

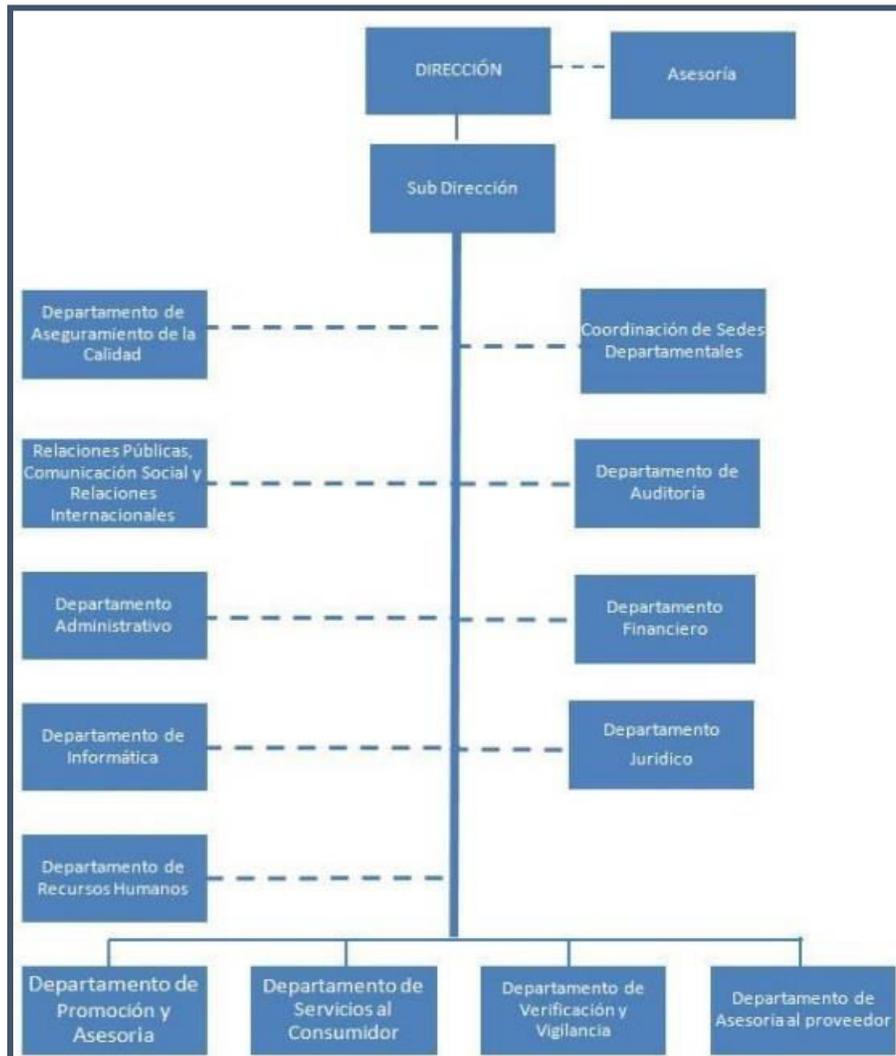
## 1.2.9 Organigrama



### ORGANIGRAMA



Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor-DIACO-



**Fuente:** Elaboración con base al libro de Memoria de Labores 2012.

**Diseño:** Epesista Rocío García.

### 1.3. Metodología del Diagnóstico

#### 1.3.1. Descripción del Método:

Para el mejor desarrollo del estudio, se elaboró una metodología como instrumento para la obtención de resultados y hallazgos que evidencien las carencias físicas, de recursos materiales y humanos en el proceso de la comunicación interna y las relaciones públicas de la institución, se utilizó instrumentos idóneos para estructura eficiente, las matrices y métodos:

- **Método Deductivo:** Se revisó planes, programas y proyectos multianuales, así como las planificaciones operativas anuales, llegando a programas semanales de actividades y acciones comunicacionales.
- **Método Analítico:** Se hizo el análisis e interpretación del material documental, libro, folletos, acuerdos, reglamentos, normativos.
- **Método descriptivo:** Se desarrolló el estudio y análisis de todos los materiales escritos y descriptivos de los procesos de comunicación que se desarrollan.
- **Método Experimental:** Se realizaron acciones de involucramiento en el quehacer cotidiano de la Institución, generalmente en las actividades que mostraban mayor desorden y deficiencias en su desarrollo.

### 1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección

- **Investigación Documental:** Se hizo la selección y ordenación de información institucional mediante libros, folletos, revistas, acuerdos, reglamentos. Asimismo, se elaboró fichas de trabajo, textuales y analíticas para la bibliografía general.
- **Observación:** Fue importante percibir la forma en que se desarrolló la comunicación interna y las actividades dentro de la institución.
- **Encuestas:** Se elaboraron cuestionarios para recopilar la información y determinar las funciones de los empleados y de las unidades y departamentos específicos. En la sección de anexos se adjunta las herramientas de recolección utilizadas en el desarrollo del estudio diagnóstico.
- **Actividad Diagnóstica:** Parte del diagnóstico comunicacional requirió una actividad para poder analizar las actitudes, comportamiento, esquemas informativos y las relaciones interpersonales entre colaboradores de la dirección de Atención y Asistencia al Consumidor- DIACO-, Asimismo tener conocimiento de vías de la comunicación de la Institución con sus diferentes departamentos y el papel que juega el área de Comunicación Social y Relaciones Públicas, dentro de la dinámica.

### 1.3.3. Cronograma del Diagnóstico

**CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES  
ESTUDIO DIAGNÓSTICO INSTITUCIONAL DIRECCIÓN DE ATENCIÓN Y ASISTENCIA  
AL CONSUMIDOR -DIACO- DEPENDENCIA DEL MINISTERIO DE ECONOMÍA**

HORARIOS	ACTIVIDADES	FEBRERO 2,016									
		1 1	1 2	1 5	1 6	2 2	2 3	2 4	2 5	2 6	29
09:00am – 10:00am	Presentación ante las Autoridades Superiores de la Institución	*									
10:45am - 12:00pm	Revisión Documental	*		*		*					
09:30am - 11:30am	Acompañamiento y Observación en Actividades Institucionales sobre el Manejo de la Comunicación, las Relaciones Públicas y la Comunicación Interpersonal.			*					*		
10:30am - 16:00pm	Encuestas al Personal DIRECTIVO Institucional con énfasis en el Manejo de la Comunicación, las Relaciones Públicas y la Comunicación Interpersonal.			*		*					
08:30am - 12:00pm	Diagnóstico - Encuestas al Personal USUARIO con énfasis en el manejo de la Comunicación, las Relaciones Públicas y la Comunicación Interpersonal.								*		
08:30am - 11:00am	Diagnóstico - Encuestas al Personal OPERATIVO con Énfasis en el Manejo de la Comunicación, las Relaciones Públicas y la Comunicación Interpersonal.			*					*		
08:30am - 01:00pm	Sistematización de Información documental recabada	*	*					*	*		
11:00am - 12:00pm	Sistematización de Entrevista y Encuestas Realizadas							*	*		
12:00pm - 13:30pm	Elaboración del Informe Diagnóstico			*	*	*	*	*	*		
15:00pm - 19:00pm	Presentación del Informe Diagnóstico									*	

**Fuente:** Elaborado por **Epesista Rocío García 2016**. Supervisado por el Licenciado Carlos Vásquez, Coordinador del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas de DIACO.



<p>4. ¿Conoce el personal a su cargo la Organización de la Institución?</p> <p>Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p>
<p>5. ¿Conoce cuál es la función que realiza el Departamento de Comunicación dentro de la Institución?</p> <p>Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p>
<p>6. ¿Cómo ve la Comunicación Interna dentro de la DIACO?</p> <p>Buena <input type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Debe Mejorar <input type="checkbox"/></p>
<p>7. ¿Considera que es importante la Comunicación Vertical y Horizontal en la Institución?</p> <p>Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p>
<p>8. ¿Se promueven acciones o capacitaciones para mejorar la Comunicación y Coordinación a nivel interno en la Institución?</p> <p>Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p>
<p>9. ¿Se le informa al personal sobre las actividades que tiene la Institución?</p> <p>Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p>
<p>10. ¿Considera que el espacio y mobiliario donde se realizan reuniones es suficiente para convivir con el personal en una reunión o actividad?</p> <p>Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p>

**Fuente:** Elaborado por **Epesista Rocío García 2016**. Supervisado por el Licenciado Carlos Vásquez, coordinador del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas de DIACO.



Rocío García

**Diagnóstico Institucional: SOBRE EL MANEJO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA  
Y LAS RELACIONES PÚBLICAS DE LA DIRECCIÓN DE ATENCIÓN Y  
ASISTENCIA AL CONSUMIDOR -DIACO- MINISTERIO DE ECONOMÍA”**

A continuación, se presentan las preguntas para el sondeo de opinión para los **Empleados** en relación a la institución **DIACO** agradecemos se sirva responde de la manera más honesta posible.

Género:	Masculino	<input type="checkbox"/>	Femenino	<input type="checkbox"/>
1. ¿Conoce usted la misión y la visión de la DIACO?				
Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	
2. ¿Conoce la estructura organizacional de la Institución?				
Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	
3. ¿Cree usted que es importante que la Institución tenga un medio oficial para informales de las actividades que llevan a cabo?				
Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	
4. ¿Qué obstáculos internos y externos se han enfrentado en la Institución para trabajar procesos de comunicación?				
Cual: _____				
5. ¿Se le informa al personal sobre las actividades que desempeña cada Área o Departamento dentro de la Institución DIACO?				
Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	
6. ¿Cree que es importante una Estrategia de Comunicación Interna para la Institución para mejorar las relaciones interpersonales entre los empleados?				
Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	

**Fuente:** Elaborado por **Epesista Rocío García 2016**. Supervisado por el Lic. Carlos Vásquez, Coordinador del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas de DIACO.



Rocío García

**Diagnóstico Institucional: SOBRE EL MANEJO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA  
Y LAS RELACIONES PÚBLICAS DE LA DIRECCIÓN DE ATENCIÓN Y  
ASISTENCIA AL CONSUMIDOR -DIACO- MINISTERIO DE ECONOMÍA”**

A continuación, se presentan las preguntas para el sondeo de opinión para los **Usuarios** en relación a la institución **DIACO** agradezco se sirva responde de la manera más honesta posible.

Genero: Femenino: <input type="checkbox"/> Masculino: <input type="checkbox"/>
1. ¿Conoce cuál es la función de la Dirección de Atención al Consumidor? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
2. ¿Cómo ha sido la comunicación al momento de solicitar el apoyo en las oficinas de DIACO? Buena <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Debe Mejorar <input type="checkbox"/>
3. ¿Por qué medio de comunicación usted conoce a la Institución DIACO? Televisión Internet <input type="checkbox"/> Prensa <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
4. ¿Le gustaría que existiera un medio físico de comunicación dentro de DIACO? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
5. ¿Le gustaría conocer más sobre las actividades de imagen pública que realiza la DIACO? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
6. ¿Aconsejarías a otros usuarios para que se busquen o soliciten el apoyo de DIACO? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>

**Fuente:** Elaborado por **Epesista Rocío García 2016**. Supervisado por el Lic. Carlos Vásquez, Coordinador del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas de DIACO.

### 1.4.2. Resultados de las Encuestas

Se basa en las entrevistas realizadas, el cual se efectuó con el 33.33% de la población tomando una muestra 75 personas, dividiéndola por grupos de tres: Autoridades, Usuarios y Empleados.

En el presente cuadro es con base a los resultados que se obtuvieron por medio de las encuestas a las **Autoridades de DIACO**.

PREGUNTAS	RESULTADOS
1. ¿Observa de manera positiva el trabajo que realiza la DIACO en la Sede Central?	Las 25 personas respondieron que Sí.
2. ¿Considera que es importante que se destaque la Imagen Pública dentro y fuera de la Institución?	Las 25 personas respondieron todas que sí era importante.
3. ¿Sabe si es del conocimiento de todo el personal la Misión, Visión y la finalidad de la Institución?	De los 25 entrevistados 15 respondieron que Sí y 10 respondió que No.
4. ¿Conoce el personal a su cargo la Organización de la Institución?	De los 25 entrevistados 20 respondieron que Sí y 5 que No.
5. ¿Conoce cuál es la función que realiza el Departamento de Comunicación dentro de la Institución?	De los 25 entrevistados 7 respondieron que Sí y 18 que No.
6. ¿Cómo ve la Comunicación Interna dentro de la DIACO?	De los 25 entrevistados 10 Buena, Mala 5, regular 2, Debe Mejorar 8.
7. ¿Considera importante la Comunicación Vertical y Horizontal en la Institución?	De los 25 entrevistados 16 que Si, 4 que No y 5 consideran que regular.
8. ¿Se promueven acciones o capacitaciones para mejorar la Comunicación y Coordinación a Nivel Interno en la Institución?	De 25 entrevistados 16 personas respondieron que Sí y 9 No.
9. ¿Se le informa al personal sobre las actividades que tiene la institución?	5 personas respondieron que Sí y 20 que No.
10. ¿Considera que el espacio y mobiliario donde se realizan reuniones es suficiente para convivir con el personal en una reunión o actividad?	De 25 entrevistados 4 respondieron que Sí, y 21 que No.

**Fuente:** Encuestas realizadas al grupo de autoridades de DIACO.

Diseño e Interpretación, por: **Epesista Rocío García 2016**.

En el presente cuadro se da a conocer el resultado de las respuestas que dieron en las entrevistas los Empleados de la Institución. Con el objetivo de saber cuánto conocen la institución donde laboran, también como está organizada y la comunicación que maneja las autoridades con el personal entre un departamento y otro. Asimismo, la importancia que le dan al Departamento de Comunicación y las Relaciones Públicas de DIACO.

<b>PREGUNTAS</b>	<b>RESULTADOS</b>
1. ¿Conoce usted la misión y la visión de la DIACO?	Los 25 entrevistados respondieron Sí
2. ¿Conoce la Estructura Organizacional de la Institución?	20 personas respondieron Sí y 5 que No.
3. ¿Cree usted que es importante que la Institución tenga un medio oficial para estar informado de las actividades que llevan a cabo?	Las 25 personas respondieron que Sí.
4. ¿Se le informa al personal sobre las actividades que desempeñan cada Área o Departamento dentro de la Institución DIACO?	Los 25 entrevistados dijeron que Sí.
5. ¿Cree que es importante una Estrategia de Comunicación Interna para la Institución para mejorar las relaciones interpersonales entre los empleados?	Los 25 respondieron que si era importante implementación de nuevas estrategias de comunicación.
6. ¿Se promueven acciones o capacitaciones para mejorar la Comunicación y coordinación a nivel Interno en la Institución?	De los 25 entrevistados 15 respondieron que Sí y 10 que No.

**Fuente:** Encuestas realizadas al grupo de autoridades de DIACO.

Diseño e Interpretación, por: **Epesista Rocío García 2016.**

En el presente cuadro es con base a los resultados que se obtuvieron por medio de las entrevistas a los **Usuarios** de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor –DIACO–

<b>PREGUNTAS</b>	<b>RESULTADOS</b>
1. ¿Conoce cuál es la función que realiza la Dirección de Atención y Asistencia al consumidor?	De 25 entrevistados, 20 personas respondieron Sí y 5 respondieron que No.
2. ¿Cómo ha sido la comunicación al momento de solicitar el apoyo en las oficinas de DIACO?	De los 25 entrevistados 18 respondieron que buena, 4 regular y 3 Debe Mejorar.
3 ¿Por qué canal de comunicación usted conoce a la Institución DIACO?	De los 25 entrevistados respondieron 9 por medio de la televisión en la sección de noticias, y por Internet 12, 4 por medio del número de atención al cliente 1544.
4. ¿Le gustaría que existiera un medio físico de comunicación dentro de las oficinas de DIACO?	21 personas respondieron Sí y 4 No
5. ¿Le gustaría conocer más sobre las actividades de imagen pública que realiza la DIACO?	De los 25 entrevistados 5 dijeron que No les gustaría y 20 respondieron que si les gustaría estar informado de este tipo de actividades.
6. ¿Aconsejarías a otros usuarios para que se busquen o soliciten el apoyo de DIACO?	De 25 personas entrevistadas 9 respondieron que Sí, 12 respondieron que No y 4 No respondieron.

**Fuente:** Encuestas realizadas al grupo de usuarios de DIACO.

Diseño e Interpretación por **Epesista Rocío García 2016.**

### 1.4.3. Tablas Comparativas

Respuestas de Autoridades	Respuestas de Empleados	Respuestas de Autoridades
<p>Se tomó el 33.33% de las 25 personas encuestas del sector de <b>Autoridades</b>, dando como resultado en la primera pregunta que <b>Sí</b> se observa de manera positiva el trabajo que realiza la DIACO, en la Sede Central. También el 100 % de los entrevistados respondía cuál era la imagen física de la Dirección Atención.</p> <p>En cuanto al área de Relaciones Públicas es de importancia que se promuevan acciones o capacitaciones para mejorar la Comunicación y Coordinación a nivel interno en la Institución, con un 100% de los 25 entrevistados.</p> <p>También se cree que es de importancia hacer una estrategia de comunicación organizacional o interno para la Institución para dar a conocer de cerca la finalidad de la DIACO, su estructura, organización, así como las actividades en las que trabaja la institución.</p> <p>Los 25 entrevistados de este sector consideran con el 33.33% que es importante la comunicación vertical y horizontal dentro de la Institución.</p> <p><u>_DIACO_</u></p>	<p>De los 25 empleados entrevistados respondieron que Sí conocen la estructura Organizacional de la Institución, dando como resultado el 33.33% de los entrevistados.</p> <p>En cuanto a la visión misión y la finalidad de la Institución aseguran según el intervalo de respuesta que la población en general si tiene de conocimiento lo primordial de la DIACO.</p> <p>Dentro de las Relaciones Públicas, los obstáculos internos y externos que han enfrentado dentro la Institución a la hora de trabajar procesos de comunicación es que se encuentran divididos en áreas, dando como resultado un acceso limitado y solo acceso libre según el área correspondiente.</p> <p>Otro punto importante es que la comunicación dentro de la Institución entre jefes, encargados de cada unidad y público objetivo, solo se da por medio de jerarquías.</p>	<p>Se tomó el 33.33% de las 25 personas encuestadas en el grupo de usuarios, dando como resultado que no están enterados de las funciones que DIACO ejecuta.</p> <p>No cuenta con un medio de información oficial y de fácil acceso y de seguimiento para difundir el mensaje o bien promover y educar a los consumidores acerca de sus derechos y obligaciones.</p> <p>El uso del sitio web, según las encuestas muestran que no es utilizado con frecuencia y por esta razón no es aprovechado en su totalidad como una herramienta de información al alcance de todos los usuarios.</p> <p>Asimismo, se observar la necesidad de que los usuarios que visitan las instalaciones de DIACO Central estén informados dentro, ya que es importante que las personas tengan un medio oficial escrito y de fácil acceso para que conozcan más de las funciones que realiza DIACO-</p> <p>Un medio escrito porque la mayoría de los usuarios no se les es posible tener Internet las 24 horas para visitar la página web y descargar los documentos y sienten más fácil el contar con un celular inteligente y solamente tienen acceso en su celular a paquetes de redes sociales como Facebook, whatsApp y twitter.</p>

#### 1.4.4. Gráficas de Resultados de las Encuestas

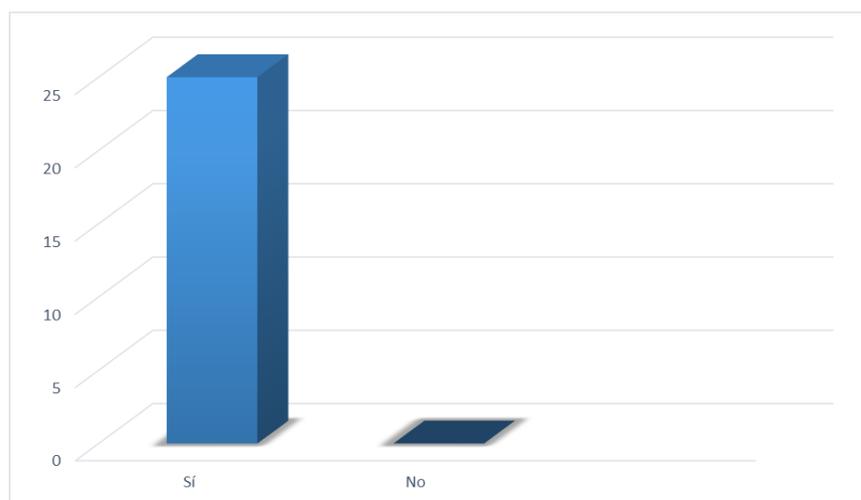
Divididas en tres grupos de 25 dirigidas en: Autoridades, Usuarios y Empleados.

##### Gráficas de Autoridades

<b>Hombres:19</b>
<b>Mujeres: 6</b>

**Gráfica 1**

**¿Observa de manera positiva el trabajo que realiza la DIACO en la Sede Central?**

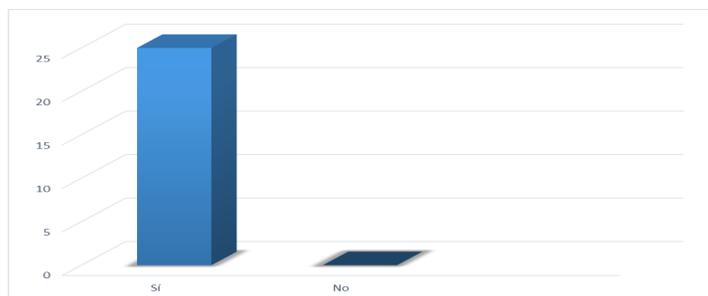


<b>Total: 25</b>	<b>Sí: 25</b>	<b>No: 0</b>
------------------	---------------	--------------

**Fuente:** Elaborado por **Epesista Rocío García 2016**. Supervisado por Lic. Carlos Vásquez, Coordinador del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas DIACO.

**Gráfica 2**

**¿Considera que es importante que se destaque la Imagen Pública dentro y fuera de la Institución?**

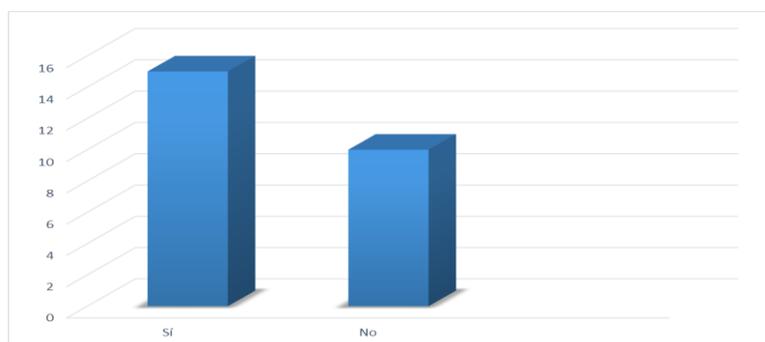


**Total: 25      Sí: 25      No: 0**

**Fuente:** Elaborado por **Epesista Rocío García 2016**. Supervisado por Lic. Carlos Vásquez, Coordinador del Departamento de Comunicación Social DIACO.

**Gráfica 3**

**¿Sabe sí es del conocimiento de todo el personal la Misión, Visión y la finalidad de la Institución?**

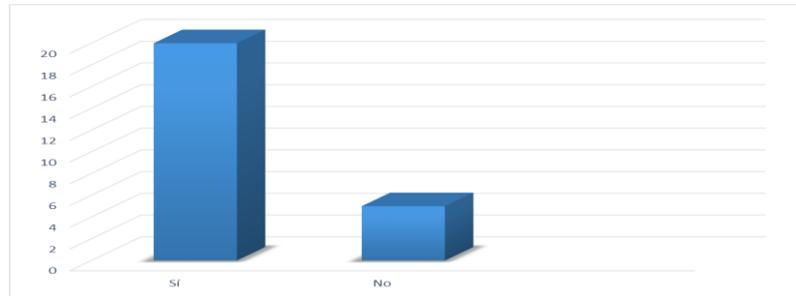


**Total: 25      Sí: 15      No: 10**

**Fuente:** Elaborado por **Epesista Rocío García 2016**. Supervisado por Lic. Carlos Vásquez, Coordinador del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas DIACO.

**Gráfica 4**

**¿Conoce el personal a su cargo la Organización de la Institución?**

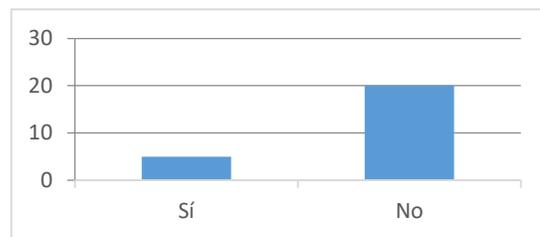


<b>Total: 25</b>	<b>Sí: 20</b>	<b>No: 5</b>
------------------	---------------	--------------

**Fuente:** Elaborado por **Epesista Rocío García 2016**. Supervisado por Lic. Carlos Vásquez, Coordinador del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas DIACO.

**Gráfica 5**

**¿Conoce cuál es la función que realiza el Departamento de Comunicación de DIACO?**

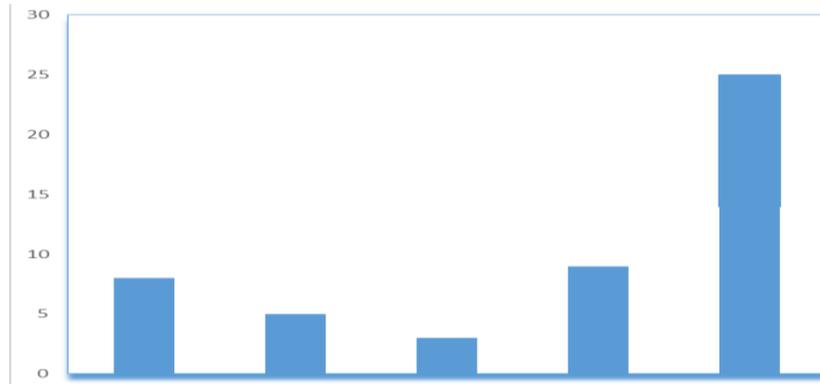


<b>Total: 25</b>	<b>Sí: 7</b>	<b>No: 18</b>
------------------	--------------	---------------

**Fuente:** Elaborado por **Epesista Rocío García 2016**. Supervisado por Lic. Carlos Vásquez, Coordinador del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas DIACO

**Grafica 6**

**¿Cómo ve la Comunicación Interna dentro de DIACO?**

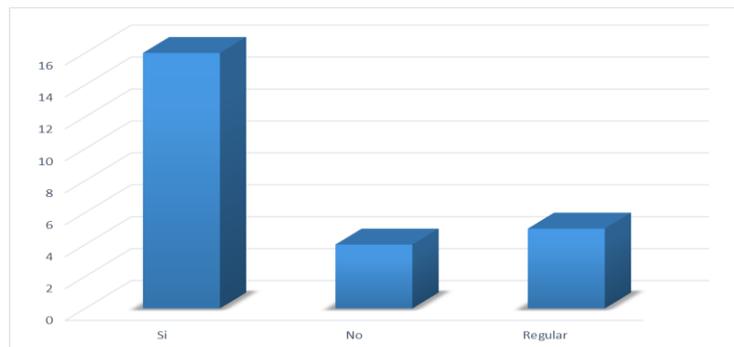


**TOTAL: 25 Buena: 8 Mala: 5 Regular: 3 Debe Mejorar: 9**

**Fuente:** Elaborado por **Epesista Rocío García 2016**. Supervisado por Lic. Carlos Vásquez, Coordinador del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas DIACO

**Grafica 7**

**¿Considera importante la Comunicación Vertical y Horizontal en DIACO?**

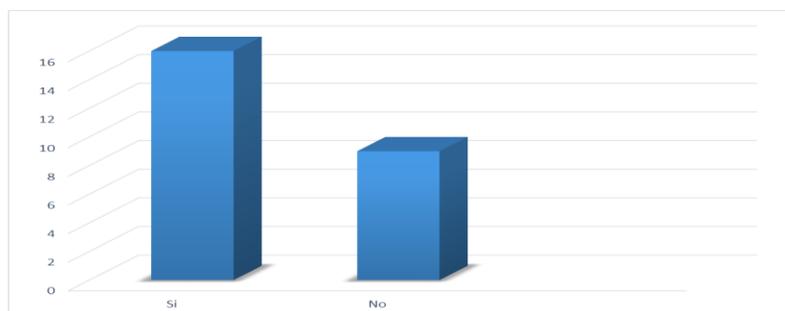


**Total: 25      Sí: 16      No: 4      Regular: 5**

**Fuente:** Elaborado por **Epesista Rocío García 2016**. Supervisado por Lic. Carlos Vásquez, Coordinador del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas DIACO

**Gráfica 8**

**¿Se promueven Acciones o Capacitaciones para mejorar la Comunicación y Coordinación a Nivel Interno en la Institución?**

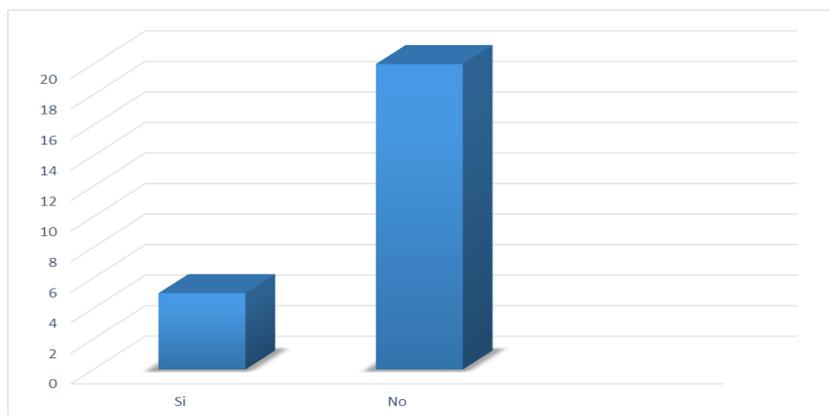


<b>Total: 25</b>	<b>Sí: 16</b>	<b>No: 9</b>
------------------	---------------	--------------

**Fuente:** Elaborado por **Epesista Rocío García 2016**. Supervisado por Lic. Carlos Vásquez, Coordinador del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas DIACO.

**Gráfica 9**

**¿Se le informa al personal sobre las actividades que tiene la Institución?**

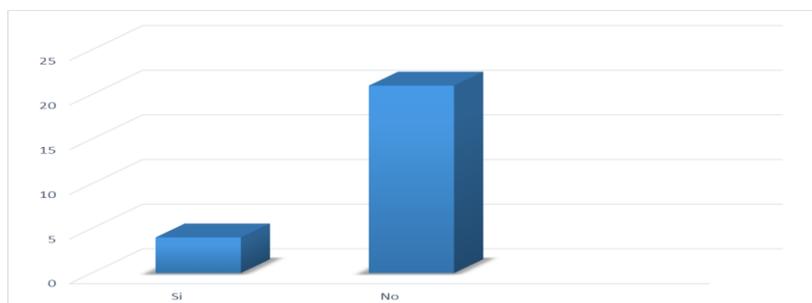


<b>Total: 25</b>	<b>Sí: 5</b>	<b>No: 20</b>
------------------	--------------	---------------

**Fuente:** Elaborado por **Epesista Rocío García 2016**. Supervisado por Lic. Carlos Vásquez, Coordinador del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas DIACO.

**Gráfica 10**

**¿Considera que el espacio y mobiliario donde se realizan reuniones es suficiente para convivir con el personal en una reunión o actividad?**



<b>Total: 25</b>	<b>Sí: 4</b>	<b>No: 21</b>
------------------	--------------	---------------

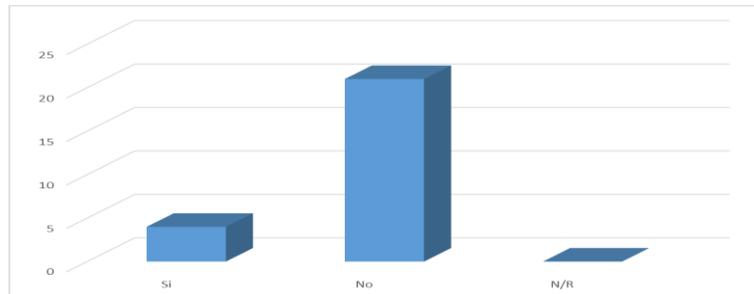
**Fuente:** Elaborado por **Epesista Rocío García 2016**. Supervisado por Lic. Carlos Vásquez, Coordinador del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas de DIACO.

## GRÁFICAS DE EMPLEADOS EN GENERAL

<b>Hombres:</b> 9
<b>Mujeres:</b> 16

**Gráfica 11**

**¿Conoce usted la Misión y Visión de la DIACO?**

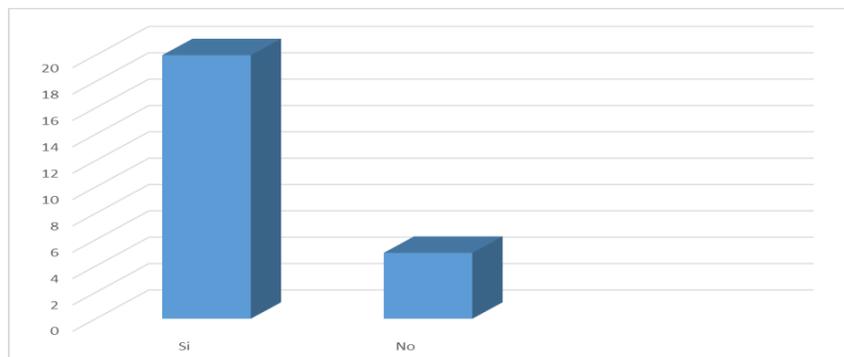


<b>Total:</b> 25	<b>Sí:</b> 25	<b>No:</b> 0	<b>No Respondio:</b> 0
------------------	---------------	--------------	------------------------

**Fuente:** Elaborado por **Epesista Rocío García 2016**. Supervisado por el Lic. Carlos Vásquez, Coordinador del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas de DIACO.

**Gráfica 12**

**¿Conoce la Estructura Organizacional de la Institución DIACO?**

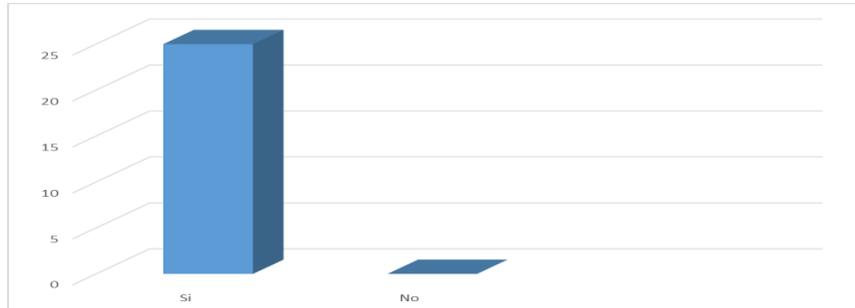


<b>Total:</b> 25	<b>Sí:</b> 20	<b>No:</b> 5
------------------	---------------	--------------

**Fuente:** Elaborado por **Epesista Rocío García 2016**. Supervisado por Lic. Carlos Vásquez, Coordinador del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas DIACO.

**Gráfica 13**

**¿Cree usted que es importante que la Institución tenga un medio oficial para estar informado de las actividades que llevan a cabo?**

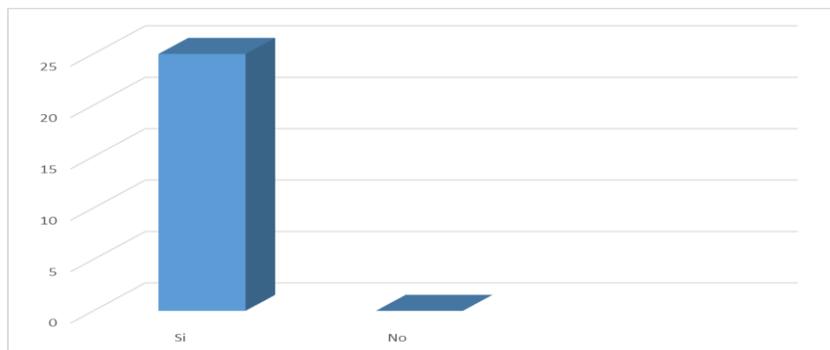


<b>Total: 25</b>	<b>Sí: 25</b>	<b>No: 0</b>
------------------	---------------	--------------

**Fuente:** Elaborado por **Epesista Rocío García 2016**. Supervisado por Lic. Carlos Vásquez, Coordinador del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas DIACO

**Gráfica 14**

**¿Se le informa al personal sobre las actividades que desempeñan cada Departamento dentro de la Institución DIACO?**

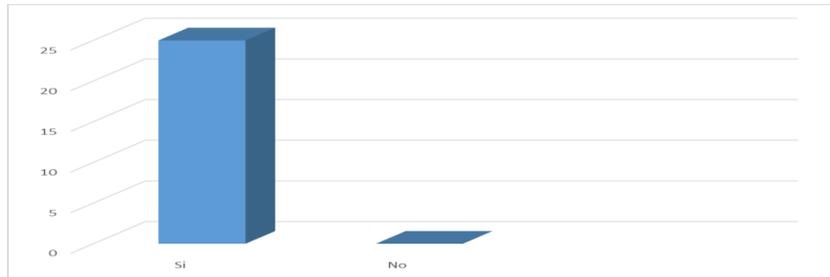


<b>Total: 25</b>	<b>Sí: 25</b>	<b>No: 0</b>
------------------	---------------	--------------

**Fuente:** Elaborado por **Epesista Rocío García 2016**. Supervisado por Lic. Carlos Vásquez, Coordinador del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas de DIACO.

**Gráfica 15**

**¿Cree que es importante una Estrategia de Comunicación Interna para la Institución para mejor las relaciones interpersonales entre los empleados?**

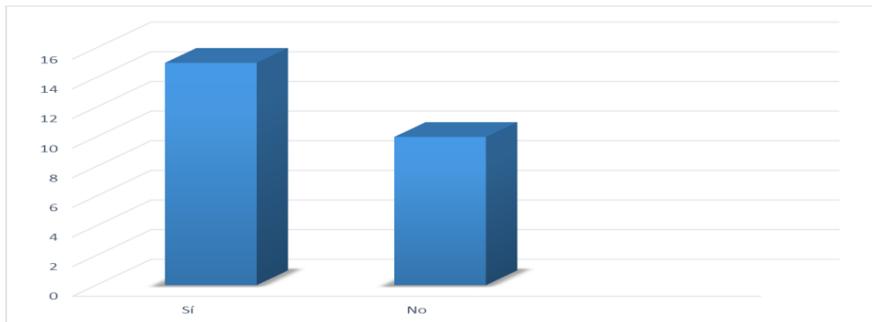


**Total: 25      Sí: 25      No: 0**

**Fuente:** Elaborado por **Epesista Rocío García 2016**. Supervisado por Lic. Carlos Vásquez, Coordinador del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas de DIACO.

**Gráfica 16**

**¿Se promueven acciones o capacitaciones para mejorar la Comunicación y coordinación a nivel Interno en la Institución?**



**Total: 25      Sí: 15      No: 10**

**Fuente:** Elaborado por **Epesista Rocío García 2016**. Supervisado por Lic. Carlos Vásquez, coordinador del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas de DIACO.

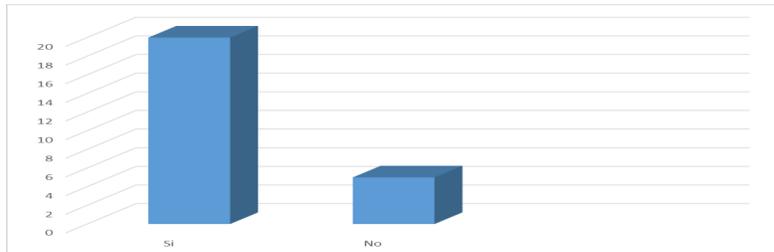
## GRÁFICAS DE USUARIOS EN GENERAL

Hombres: 16

Mujeres: 14

Gráfica 17

¿Conoce cuál es la función que realiza la Institución DIACO?



Total: 25

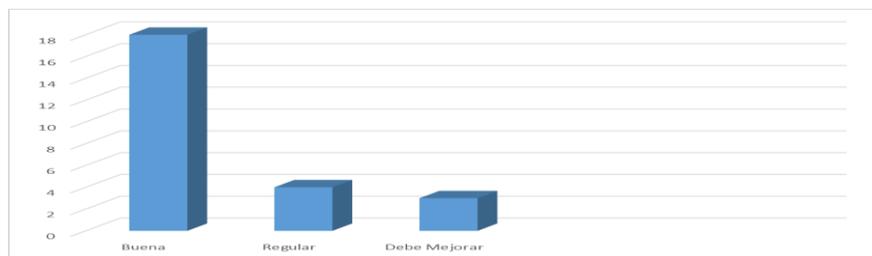
Sí: 20

No: 5

Fuente: Elaborado por **Epesista Rocío García 2016**. Supervisado por Lic. Carlos Vásquez, coordinador del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas de DIACO.

Gráfica 18

¿Cómo ha sido la comunicación al momento de solicitar el apoyo en las oficinas centrales de DIACO?

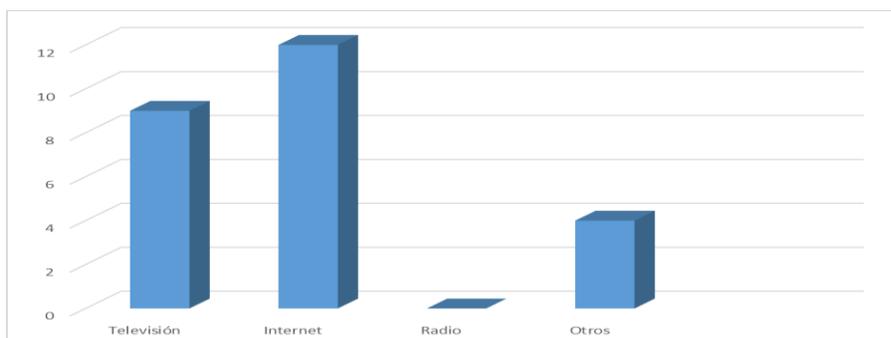


Total: 25 Buena:18 Regular: 4 Debe Mejorar: 3

Fuente: Elaborado por **Epesista Rocío García 2016**. Supervisado por Lic. Carlos Vásquez, Coordinador del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas de DIACO.

**Gráfica 19**

**¿Por qué medio de comunicación usted conoce a la Institución DIACO?**

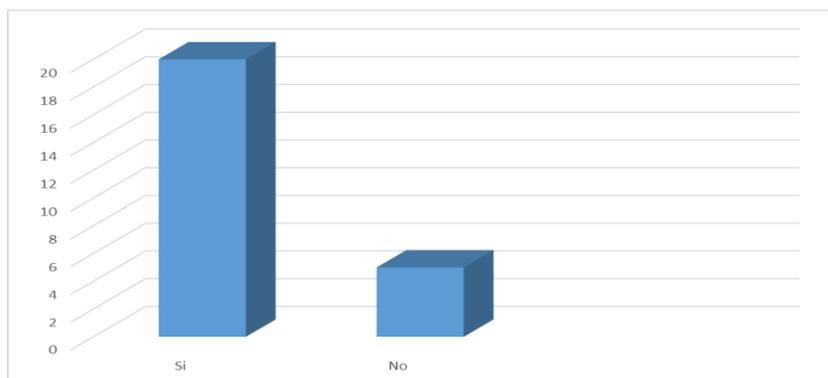


**Total: 25    Televisión: 9    Internet: 12    Radio: 0    Otros: 4**

**Fuente:** Elaborado por **Epesista Rocío García 2016**. Supervisado por Lic. Carlos Vásquez, Coordinador del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas de DIACO.

**Gráfica 20**

**¿Le gustaría que existiera un medio físico de comunicación dentro de las oficinas de DIACO?**

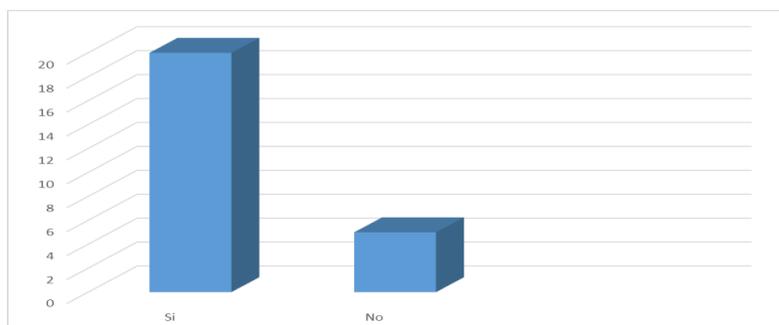


**Total: 25    Sí: 20    No: 5**

**Fuente:** Elaborado por **Epesista Rocío García 2016**. Supervisado por Lic. Carlos Vásquez, Coordinador del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas de DIACO.

**Gráfica 21**

**¿Le gustaría conocer más sobre las actividades de Imagen Pública que realiza la DIACO?**

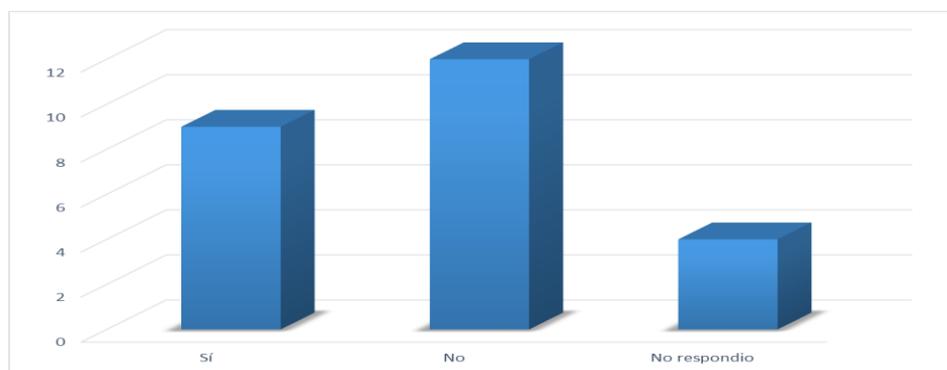


<b>Total: 25</b>	<b>Sí: 25</b>	<b>No: 0</b>
------------------	---------------	--------------

**Fuente:** Elaborado por **Epesista Rocío García 2016**. Supervisado por Lic. Carlos Vásquez, Coordinador del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas de DIACO.

**Gráfica 22**

**¿Aconsejaría a otros usuarios para que busquen o soliciten el apoyo de DIACO?**



<b>Total: 25</b>	<b>Sí: 9</b>	<b>No: 12</b>	<b>No resp. 4</b>
------------------	--------------	---------------	-------------------

**Fuente:** Elaborado por **Epesista Rocío García 2016**. Supervisado por Lic. Carlos Vásquez, Coordinador del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas de DIACO.

## **1.5. Radiografía de la Institución (FODA)**

Para la organización del FODA se utilizó la técnica de la observación ya que la Institución no cuenta y no realiza esta evaluación.

### **1.5.1. Fortalezas:**

El contar con el Conocimiento del tema de las Relaciones Públicas, con la confianza de las autoridades del departamento de comunicación de la Institución DIACO, apoyo de la secretaria de comunicación de la presidencia excelente relaciones interpersonales con los diferentes departamentos de la Institución, pro actividad, organización y habilidad para trabajar bajo presión y la coordinación y organización y apoyo en el área del departamento de comunicación DIACO.

### **1.5.2. Oportunidades:**

Aprender el manejo de las relaciones publicas con relación a la institución, con el fortalecimiento de las capacitaciones en relación a la organización del área de comunicación con el conocer las actividades que realiza DIACO, el poder apoyar en las actividades que se vayan dando en el área de relaciones públicas, para mejorar el nivel tecnológico redes sociales.

### **1.5.3. Debilidades:**

No contar con un departamento de comunicación más amplio en personal y equipo.

### **1.5.4. Amenazas:**

No contar con suficiente presupuesto para ampliar el departamento de comunicación.

## CAPÍTULO II

### 2. Plan de Comunicación

#### Título del Plan:

“Plan de Comunicación para el manejo de la Comunicación Interna y las Relaciones Públicas de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor –DIACO- del Ministerio de Economía”

#### 2.1. Antecedentes del Departamento de Comunicación Social

La unidad de Relaciones públicas de DIACO fue creada en el año de 2003 con el surgimiento de la institución, dependiendo directamente de la Dirección de Comunicación del Ministerio de Economía. Como director de comunicación de dicho Ministerio fungía la Vocera Alexia Ríos, de quien dependían las directrices para la unidad de Relaciones Públicas.

Posteriormente a la gestión de Ríos, llegó el licenciado Estuardo Estupinian, quien le dio mayor relevancia a la oficina de Relaciones Públicas de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, desde el 2008. Seguidamente se realizó la contratación de la Licda. Jenny Alcanzar, durante el periodo del 2012 al 2015, teniendo el cargo de Relaciones Públicas de la Institución -DIACO-.

Actualmente quien tiene el puesto de Coordinador del Departamento de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor-DIACO-, es el Licenciado Carlos Vásquez, llevando a cabo la ampliación en cobertura a tareas de relacionamiento internacional y atendiendo otras áreas de la Comunicación Social de la Institución.

El objetivo principal de la creación de la unidad de Relaciones Públicas fue dar a conocer a nivel Intra e Interinstitucionalmente, la labor de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor-DIACO-, la unidad de Relaciones Públicas, ha desarrollado campañas de divulgación institucional, comunicación interna y externa.

### **Comunicación Interna:**

La forma de interactuar dentro de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor –DIACO-, se desarrolla de distintas maneras, siendo la más constante y efectiva la comunicación interpersonal, divididos por grupos y rumores.

La comunicación telefónica ocupa el segundo lugar de mayor utilidad dentro de la Institución. Cada departamento cuenta con una extensión telefónica, pero este canal tiene un límite de llamada seccionándola cada 5 minutos.

Dentro de los canales de comunicación que no posee dentro de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor y que son de suma importancia para este departamento podemos mencionar: material informativo, plataforma de mensajería instantánea.

### **Comunicación Externa:**

A pesar que DIACO hace su mayor esfuerzo en mantener informado a los consumidores por medio de material didáctico, capacitaciones a sectores públicos y privados, aún existen ciertos factores que debilitan la imagen institucional de la misma. Uno de ellos es la falta de interés de los mismos consumidores y por otro lado, se confirmó que actualmente la Institución, cuenta con poca publicidad y su público es irregular.

## **Las campañas realizadas por el Departamento de Relaciones Públicas:**

- “DIACO TE ESCUCHA y PA´QUETE ALCANCE”
- Campaña de Prevención y Educación al Consumidor, de Concientización sobre juegos pirotécnicos y de Ferias Escolares

## **2.2. Objetivos del Plan de Comunicación**

### **2.2.1. Objetivo General**

Fortalecer los procesos de la Comunicación interna y las Relaciones Públicas por medio de estrategias específicas.

### **2.2.2. Objetivos Específicos**

- Mejorar la comunicación interna por medio de material informativo.
- Alcanzar una comunicación efectiva entre empleados de cada departamento de la Institución.
- Crear una plataforma de mensajería instantánea para la interacción entre los empleados y autoridades.
- Desarrollar diferentes actividades de relaciones públicas para impulsar dentro y fuera al Departamento de Comunicación Social de la Institución.

### **2.3. Público Objetivo**

Las 135 personas que laboran en la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor a Nivel Nacional, se enfoca en autoridades y empleados de Sede Central y Centro de quejas, así como las Instituciones gubernamentales y no gubernamentales que se relacionan con la Institución.

### **2.4. Mensaje**

El mensaje del proyecto es la base para todas las actividades de difusión que deben ser relevantes para el público objetivo. Los mensajes recordarán los objetivos y pondrán de relieve el valor añadido y los beneficios que DIACO aportará, para las acciones de difusión y comunicación interna y externa, el siguiente mensaje: **“El poder de la Institución está en manos de una excelente vía de Comunicación”**

### **2.5. Estrategias**

- ✓ Intensificación de Difusión de Actividades
- ✓ Fortalecimiento del Departamento de Comunicación con la Institución
- ✓ Promover el Sentido de Pertenecía a la Institución
- ✓ Incorporar Experiencias Regionales
- ✓ Impulsar las Relaciones Públicas con Actividades Intergubernamentales

## **2.6. Acciones de Comunicación**

- ✓ Creación de un Boletín Interno para informar al personal las diferentes actividades que se llevan a cabo dentro y fuera de la Institución.
  
- ✓ Elaboración de artículos, reportajes con temas actuales de todas las actividades que se realizan en la Institución, para abastecer la cartelera de anuncios.
  
- ✓ Se actualizará la cartelera con su debida calendarización, para el boletín interno únicamente con información reciente y clara para que todo el personal de la Institución pueda conocer con facilidad de las actividades que se desarrollan.
  
- ✓ Creación de un grupo para la plataforma de mensajes instantáneos para fomentar las relaciones públicas con todo el personal de la Institución.
  
- ✓ Afianzar la comunicación y relaciones humanas entre el personal con el departamento de comunicación y relaciones públicas.
  
- ✓ Intercambio de actividades de los diferentes departamentos de la Institución.
  
- ✓ Fortalecer las relaciones internas a través de los mensajes instantáneos fotografías y el boletín interno.
  
- ✓ Difundir el sello a la calidad de manera creativa a los empleados, realizando un paso de oficinas para mostrar el nuevo proyecto que tiene la institución, para crear lazos afectivos y que se sientan identificados y participes con la Institución DIACO.
  
- ✓ Dar el debido seguimiento de proyecto del Sello a la calidad DIACO, colaborando por medio de vías de comunicación interna dentro de la Institución.

- ✓ Realizar una reunión con autoridades de cada departamento de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, para promover el Sello a la Calidad como Galardón a los empleados.
  
- ✓ Colaboración como departamento de comunicación con ser la comisión de protocolo para el proyecto del “Día Mundial Del Consumidor”.
  
- ✓ Integrar actividades de intercambio para fortalecer las relaciones públicas con direcciones y departamento del Ministerio de Economía e Instituciones afines.
  
- ✓ Fortalecer las relaciones interinstitucionales a través de actividades de intercambio.
  
- ✓ Llevar seguimiento conjunto con los organizadores del evento COMPAL III, programando agendas y llevar el protocolo de las diferentes reuniones.
  
- ✓ Acompañamiento a reuniones con diferentes autoridades, dentro y fuera de DIACO.
  
- ✓ Aplicación de protocolos y agendas de trabajo de las entidades involucradas en las actividades del evento Iberoamericano Taller Regional COMPAL III, llevado a cabo en la Antigua Guatemala los días 30 y 31 de mayo.
  
- ✓ Establecer la comisión de protocolo y de la logística del evento, como país anfitrión con sus representantes de DIACO.
  
- ✓ Creación de un regalo simbólico para identificar la actividad con la Institución.

## CAPÍTULO III

### 3. Informe de Ejecución

#### 3.1. Proyecto Desarrollado

“Plan Comunicacional para el Fortalecimiento de la Comunicación Interna y las Relaciones Públicas de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor-DIACO-

##### 3.1.1. Financiamiento

Parte de la ejecución del plan de comunicación contó con la ayuda económica de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, -DIACO- de su presupuesto anual que le delega el Ministerio de Economía por ser dependencia del mismo.

La otra parte del presupuesto fue financiado por la Epesista Rocío García, haciendo las gestiones correspondientes desde el Departamento de Relaciones Públicas, de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor –DIACO-, para el desarrollo de las actividades propuestas en el plan comunicacional.

##### a) Presupuesto Invertido:

En la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, -DIACO- Se contó con el aporte de gastos finales haciendo un total de **Q.5025.00** para la ejecución del proyecto.

### 3.1.2. Presupuesto

Unidad	Producto	Insumos	Valor unitario	Total	Financiamiento	
	<b>Boletín Interno</b>			<b>Q2975.00</b>		
1	Herramienta de uso interno entre la Institución y la Epesista.	Teléfono Celular		Q.300.00 Q.100.00	Institución Epesista	
1	Material técnico para imprimir los boletines:	Impresora.		Q 350.00	Institución	
1		Resma de hojas T.C		Q 40.00	Institución	
1		Impresión.				
1		Docena de cartuchos de color.	Q125.00	Q.1500.00	Institución	
6		Cartuchos de negro.	Q. 100.00	Q. 600.00	Institución	
1	Herramienta para descargar material de apoyo para la creación de diseños, enviar	Modem Internet Tigo		Q. 120.00	Epesista	
1	Agenda para organizar cada proyecto	Agenda 2016		Q. 25.00	Epesista	
1	Herramienta para compartir, guardar y modificar información	Memoria USB 8G		Q. 50.00	Epesista	
1	Material para presentar las propuestas de boletines.	Ciento de Hojas bond T/carta.		Q.5.00	Institución	
1	Material a utilizar para presentar propuestas impresas	Ciento de Hojas bond T/ carta.		Q.5.00	Institución	
<b>Unidad</b>	<b>Producto</b>	<b>Insumos</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total</b>	<b>Financiamiento</b>	
	<b>Elaboración de un grupo de WhatsApp</b>			<b>Q550.00</b>		
<b>Unidad</b>	<b>Producto</b>	<b>Insumos</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total</b>	<b>Financiamiento</b>	
1	Diseño para la creación del grupo en WhatsApp.			Q.250.00	Epesista	
3 Meses	Herramienta para descargar el programa para instalar la App.	Modem Tigo	Q.100.00	Q.300.00	Epesista	

Unidad	Producto	Insumos	Valor Unitario	Total	Financiamiento
	<b>Planificaciones de Actividades de Relaciones Públicas</b>			<b>Q.1500.00</b>	
15	Carpetas para reuniones.	Carpetas tamaño carta.	Q. 10.00	Q.150.00	Institución
15	Reuniones para la organización del evento dentro de la Institución.	Servicios de desayunos cada lunes por dos meses.	Q. 25.00	Q. 750.00	Institución
50	Hojas de papel lino para "Carteles de Bienvenida" a los invitados internacional.		Q.2.00	Q. 100.00	Institución
100	Pulseras típicas para los invitados Internacionales para el evento COMPAL III.		Q.5.00	Q. 500.00	Epesista y Coordinador del Depto. de Comunicación de la DIACO.
				<b><u>Q. 5025.00</u></b>	

FINANCIAMIENTO	MONTO
<b>Epesista</b>	Q.1095.00
<b>Institución</b>	Q.3930.00

**Fuente:** Elaborado por **Epesista Rocío García 2016**. Supervisado por el Licenciado Carlos Vásquez, coordinador del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas de DIACO.

### **3.1.3. Beneficiarios**

Los beneficiarios con las estrategias de comunicación que se plantearon dentro del plan fueron: la Institución, los empleados y otras entidades del sector público y privado.

### **3.1.4. Recurso Humano**

Dentro del recurso humano se contó con la colaboración de la directora de la Institución Silvia Escobar quien habilitó el espacio físico para poder llevar a cabo la del proyecto, contando con todo lo necesario el inmobiliario y equipo.

Para la elaboración de las estrategias, se contó con la guía del Lic. Carlos Vásquez jefe del departamento de relaciones públicas de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor.

En este plan también se contó con la colaboración de los encargados de cada departamento de la institución, contribuyendo con brindar información y dar seguimiento para las actividades y estrategias planteadas en el plan.

<b>Recurso Humano</b>		
<b>Cargo</b>	<b>Responsable</b>	<b>Atribución</b>
<b>Supervisor General del EPS de Licenciatura, 2016.</b>	Lic. Luis Pedroza	Responsable y encargado de coordinador y supervisar del EPS a nivel general.
<b>Supervisor por grupo asignado del Eps</b>	Lic. Fernando Flores	Explicar, guiar y supervisar la correcta ejecución de los planes de comunicación.
<b>Director General de la Institución DIACO</b>	Licda. Silvia Escobar	Encargada de autorizar la práctica en su establecimiento, de llevar el seguimiento de los proyecto brindando el material y equipo.
<b>Coordinador de Relaciones Públicas y Comunicación Social</b>	Lic. Carlos Vásquez	Director del Departamento de Comunicación Social de la Institución DIACO, y encargado de evaluar y calificar el trabajo a desarrollarse en el plan de Comunicación, quien apoya para realizar el proyecto, para la evaluación del EPS de la Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC.
<b>Asesor técnico de dirección general de DIACO</b>	Eddy Manuel López	Impartió una breve capacitación sobre las funciones que DIACO realiza. Asimismo, la historia desde sus inicios y los avances que cuenta la institución en la actualidad.
<b>Aspirante a optar el título de Licenciada</b>	Rocío García	Responsable de crear un Boletín Interno para fortalecer la vía de comunicación interna y de afianzar las Relaciones Interpersonales que se dan entre los empleados de los diferentes departamentos para mejorar las vías de comunicación dentro de la Institución.

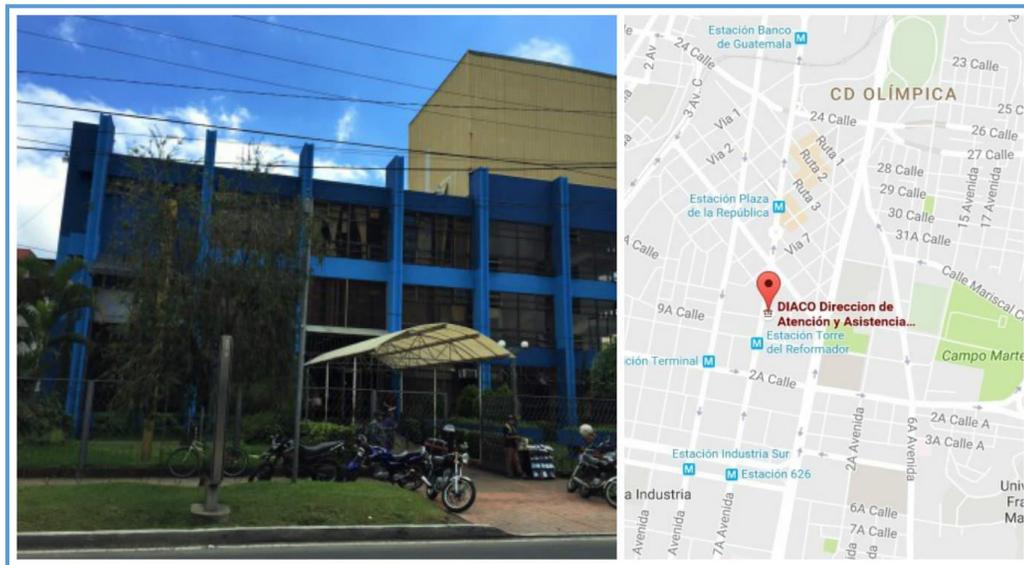
**Fuente:** Elaborado por **Epesista Rocío García 2016.** Supervisado por el Licenciado Carlos Vásquez, Coordinador del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas de DIACO.

### 3.1.5. Área Geográficas de Acción

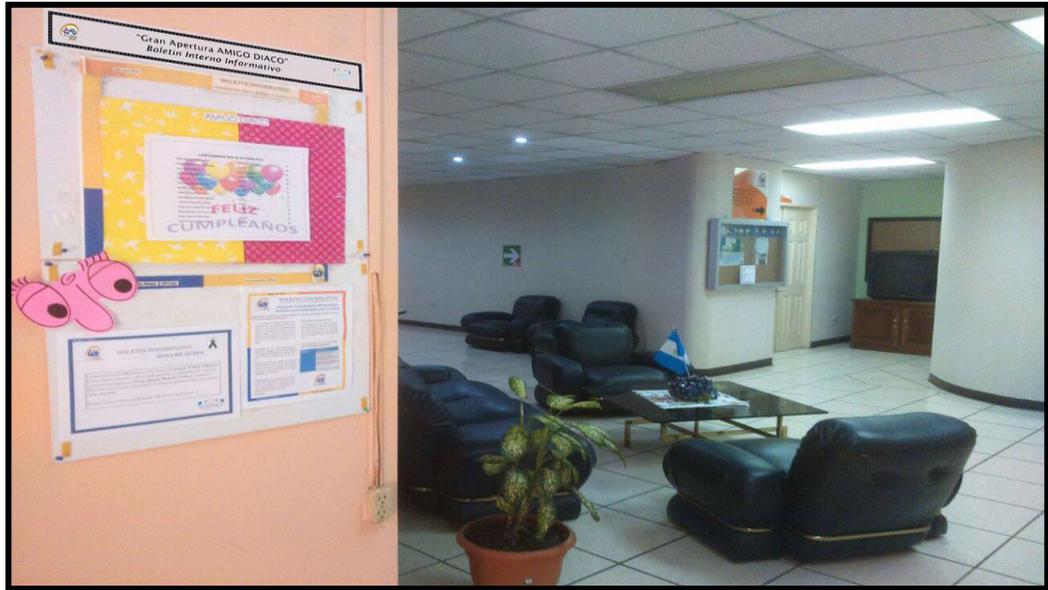
El plan se ejecutó en la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, DIACO dependencia del Ministerio de Economía ubicado en 7ª. Ave. 07-61 Zona 4, 3er. Nivel, Edificio del Registro Mercantil. PBX: 2501-9898.

El lugar donde se ejecutarán las estrategias para el Fortalecimiento de la Comunicación Interna y las Relaciones Públicas se realizaron dentro de la Institución DIACO.

Con la creación y apertura del Boletín Interno con todo su debido proceso, donde se llevó a cabo su implementación, divulgación y aceptación, el mismo fue colocado en cartelera señalizada, ubicado en el corredor de mayor concurrencia por parte de los empleados.



**Pie de foto:** En la Imagen de la Izquierda se observa el Edificio Registro Mercantil, donde se encuentra en el 3er nivel las Instalaciones de DIACO, en la imagen de derecha se muestra el mapa geográfico del lugar. **Fuente:** Epesista Rocío García



**Pie de foto:** Se observa las dos áreas específicas donde se llevaron a cabo las estrategias del Plan Comunicacional en el pasillo principal la colocación de la cartelera para el Boletín Interno y en el salón de reuniones para actividades de Relaciones Públicas.

**Fuente:** Epesista Rocío García.



**Pie de foto:** Se observa el salón de reuniones donde se llevaron a cabo las reuniones para actividades de Relaciones Públicas.

**Fuente:** Epesista Rocío García.

## **3.2. Estrategias y Acciones Desarrolladas**

### **Estrategia 1: Intensificación de Difusión de Actividades**

#### **Objetivo Comunicacional:**

Creación de un boletín interno de las diferentes actividades que la Institución DIACO, lleva a cabo.

#### **Descripción:**

La Elaboración del boletín interno para todas las actividades regulares y para la distribución de la información interna de las diferentes actividades que llevaron a cabo en cada uno de los Departamentos de la Institución, DIACO, esta ayudó para afianzar la Comunicación Interna dentro de los empleados y de tener un medio de noticias interno.

#### **Acciones desarrolladas:**

- a) **Acción 1:** Se redactaron boletines por cada evento que tenía la Institución, este se difundió por medio de la cartelera y por vía electrónica, y WhatsApp Interno de todos los contactos de la Institución, por lo que la información fue enviada a cada uno de los medios de comunicación registrados con base a los datos que proporcionó cada colaborador, al Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas.

b) **Acción 2:** Elaboración de notas Informativas de una a dos páginas con temas actuales de todas las actividades que se realizan en la Institución, para abastecer la cartelera de anuncios, para dar prioridad a mantener información de las acciones que la institución realiza.

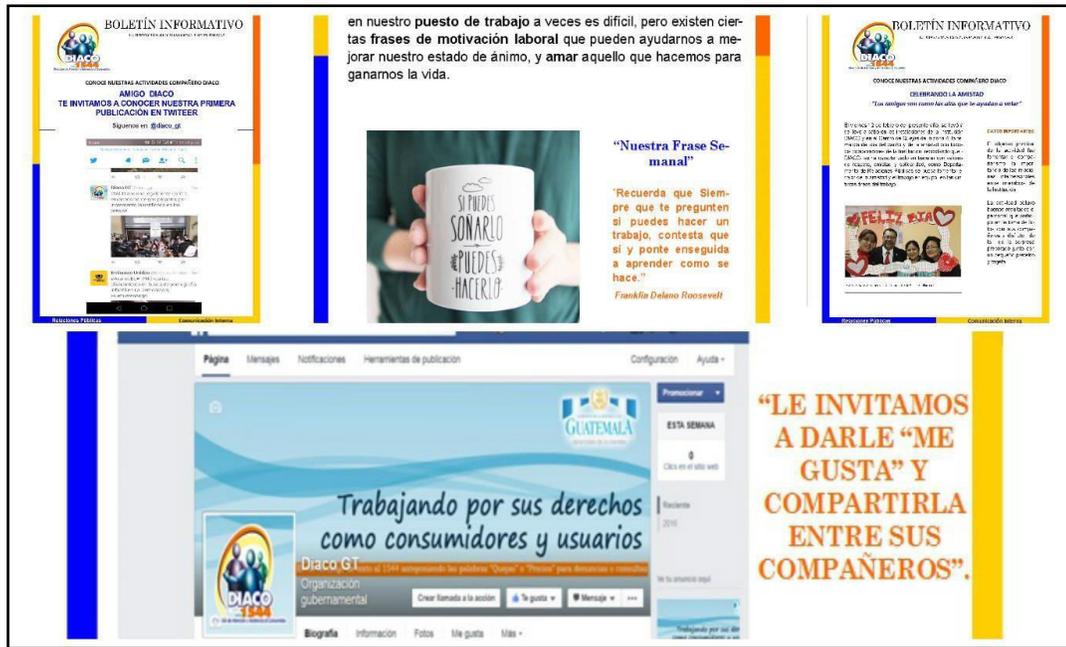
c) **Acción 3:** Realizar una calendarización de temáticas a impulsar en el boletín interno, con periodicidad definida.

### Imágenes y Fotografías:



Pie de foto: Boletín Interno Informativo. Tamaño carta de 21.59 x 27.94 cm.

Por: Epesista Rocío García.



**Pie de foto:** Collage de boletines, en cada imagen se muestra diferentes contenidos como creación de una fan page, twitter, frases semanales feriados, cumpleaños, días festivos, reportajes, notas informativas de actividades internas y externas de DIACO. **Por:** Epesista Rocío García.



**Pie de foto:** Creación de una cartelera señalizada y específica para el Boletín Interno, con las medidas de 86.36 cm x 55.88 cm. **Por:** Rocío García.

## **Estrategia 2: Fortalecimiento de la comunicación en DIACO y en sus sedes regionales.**

### **Objetivo Comunicacional:**

Fomentar las relaciones públicas digitales, por medio del whatsApp con los representantes de cada departamento de la Institución.

### **Descripción:**

Por medio de esta nueva aplicación de descarga gratuita y sostenida por medio del uso del internet ya sea con línea fija o internet inalámbrico, esta se ha vuelto de gran ayuda creando un grupo de contactos para diferentes actividades, se puede mandar automáticamente toda la información recopilada de tus contactos, una vez hecho esto, se agregó un grupo de empleados como “**Relaciones Públicas Diaco**”, para realizar por medio de esta vía de mensajes instantáneos.

### **Acciones desarrolladas:**

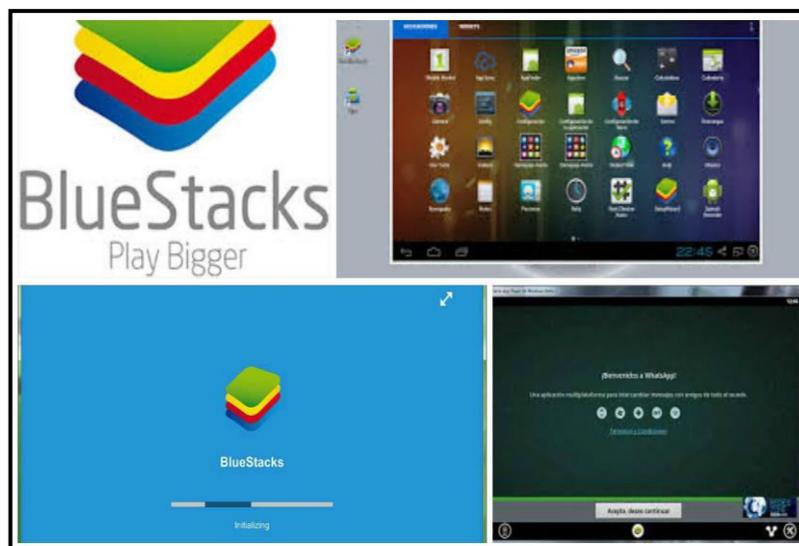
**a) Acción 1:** Se descargó el programa de Bluestarck para laptop y Pc, para instalar la aplicación de whatsApp, con los contactos telefónicos de los empleados y con cada representante de la institución.

**b) Acción 2:** Con la creación del grupo en whatsApp, se pudo dar información de las diferentes actividades por medio del boletín interno se llegó a afianzar la comunicación digital con los empleados de la institución.

**c) Acción 3:** El seguimiento de este grupo el departamento de relaciones públicas de DIACO quedó a cargo de cada jefe de área de la institución, brindándoles por medio del boletín interno todas las actividades que se realizan durante la semana esto logró alcanzar el fortalecimiento de las comunicaciones con cada representante, y también para el intercambio de actividades.

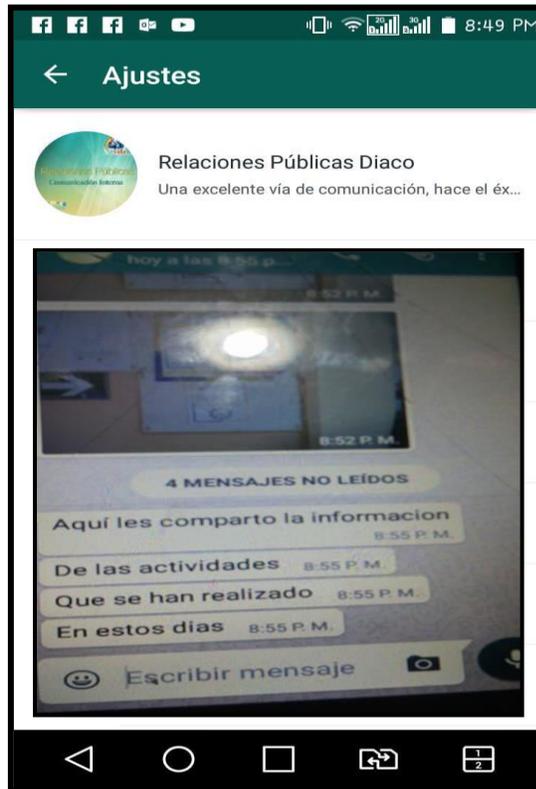
**d) Acción 4:** El control de esta estrategia la llevara a cabo el jefe del Departamento de Comunicación Social de la Institución, para darle el seguimiento adecuado y obtener el intercambio de los diferentes proyectos y acciones que estos vayan realizando, esto sin duda ayuda a mejorar las relaciones internas y para impulsarlo con las 19 sedes regionales de DIACO, para fortalecer las relaciones interinstitucionales.

### Imágenes y fotografías:



**Pie de foto:** Proceso para descargar e instalar la aplicación WhatsApp.

**Fuente:** Epesista Rocío García.



**Pie de foto:** Imagen del grupo privado de empleados DIACO, WhatsApp.  
**Fuente:** Epesista Rocío García.

### **Estrategia 3: Promover la Imagen Pública dentro de la Institución.**

#### **Objetivo Comunicacional:**

Motivar a los colaboradores de DIACO, con proyectos y actividades internas.

#### **Descripción:**

Se pensó en esta estrategia para involucrar a todos los empleados en actividades y proyectos que tenga la institución, para lograr que ellos se sientan identificados con la institución por ejemplo la propuesta de la directora del Sello a la Calidad, para todos aquellos proveedores, representantes de instituciones privadas o públicas y a todos los empleados que cumplan con todos los requisitos para este premio, como encargada de las relaciones públicas fue colaborar con la presentación del mismo.

### Acciones desarrolladas:

- a) **Acción 1:** Difundir el Sello a la Calidad, como un galardón por su trabajo y entrega hacia la Institución.
  
- b) **Acción 2:** Este proyecto se llevó en conjunto con el proyecto de lácteo de la Universidad del Valle de Guatemala y La Universidad Rafael Landívar, realizando reuniones con la directora y jefes encargados de los departamentos de relaciones públicas, el Departamento de Verificación de la institución, con los representantes del sector lácteo de Guatemala, con las Universidades privadas Rafael Landívar y del Valle

### Imágenes y fotografías:



**Pie de foto:** Sello a la calidad presentada de manera creativa a la directora Silvia Escobar, utilizando el diseño del sello en PVC y un espejo. **Por:** Epesista Rocío García



**Pie de foto:** Sello a la Calidad DIACO de manera creativa, como Galardón.  
**Fuente:** Rocío García.

#### **Estrategia 4: Incorporación de Experiencias Regionales**

##### **Objetivo comunicacional:**

Crear un vínculo comunicacional con los representantes de las sedes regionales.

##### **Descripción:**

En esta estrategia se dio la sistematización de diversas experiencias de incorporación de la gestión en cuanto a los procesos que se vayan desarrollando a nivel regional, el poder incorporarlos con la institución central.

Esto ayudo sin duda a mandar el eje central con los demás componentes del círculo para lograr una unión en línea de trabajo eficaz y acoplado, por lo que las relaciones interpersonales jugaron un papel importante y vital para que este funcionara amenablemente.

**Acciones desarrolladas:**

- a) **Acción 1:** Como encargada de las relaciones públicas se llevó a cabo el dar apoyo a la encarga de feria de la institución con la actividad anual de la celebración del Día Mundial del Consumidor que se realizó en Chimaltenango.
  
- b) **Acción 2:** Para esta actividad se tuvo que llevar el control y seguimiento de la actividad y la redacción para la agenda específica, el protocolo y calendarización de reuniones con los encargados de la municipalidad para el permiso y apoyo.
  
- c) **Acción 3:** Se realizó visitas previas al Municipio para conocer el área donde se iba a colocar la tarima, las banderas y proveedores participantes.

## Imágenes y Fotografías:



**Pie de foto:** Directora de DIACO, Silvia Escobar con representantes de la Municipalidad de Chimaltenango en la apertura de la Celebración del día Mundial del Consumidor.

**Fuente:** Epesista Rocío García.

## Estrategia 5: Fortalecimiento de las Relaciones Públicas con actividades Intergubernamentales.

### Objetivo comunicacional:

Fortalecer las relaciones comunicacionales, para reflexionar sobre la importancia y necesidad del cambio positivo, como un elemento indispensable para el crecimiento o desarrollo institucional.

**Descripción:**

Se lograron identificar todas las características necesarias para crear y mantener las relaciones interpersonales de manera más positiva entre los miembros de un departamento, área o equipo de trabajo, para poder trabajar con armonía y hacer pactos y convenios que esto hace que crezca la organización con otras instituciones internacionales.

**Acciones Desarrolladas:**

**a) Acción 1:** Se dio apoyo y seguimiento a la actividad COMPAL a nivel iberoamericano, donde se llevó el control y seguimiento de toda la logística de la actividad.

**b) Acción 2:** Se llevó la agenda y las reuniones con representantes de diferentes instituciones para el desarrollo, seguridad y proceso de la misma.

**c) Acción 3:** Seguimiento de actividades y acompañamiento con el ministro de relaciones exteriores para el apoyo en el protocolo del evento.

**d) Acción 4:** Se hicieron visitas previas en el lugar del evento para conocer la distribución del lugar para la decoración el material y equipo que se utilizaría.

**e) Acción 5:** Se programó dos reuniones con dos especialistas, el primero era para inducción en el tema de “la minuta” como se lleva este tipo de actividades y como se debe llevar el control. El segundo fue con el Ministro de Relaciones Exteriores Ortiz, y con un representante de protocolo el Lic. Jorge Galindo para dar apoyo con el orden de las banderas de los países participantes.

**f) Acción 6:** Para la primera capacitación se tuvo que realizar un desayuno informativo con los encargados de la logística de la actividad, para la segunda capacitación se programó en el lugar donde se iba a desarrollar la actividad se tuvo que coordinar el transporte y el almuerzo, con estas dos reuniones se fomentó un ambiente de armonía entre representante de DIACO con otros ministerios e instituciones.

**g) Acción 7:** Se programaron reuniones con Cancillería para el tema de seguridad del Aeropuerto Nacional la Aurora, para la autorización en el salón de protocolo, se coordinaron los vehículos que ingresarían para transportar a las autoridades de los países participantes, para esta actividad se tuvo que llevar toda la información como datos personales de los invitados extranjeros hasta fotografía del mismo para ubicarlos y tener mejor control.

**h) Acción 8:** Se hizo un listado de la comisión de bienvenida en el Aeropuerto con los encargados de la logística y protocolo de proyecto COMPAL, para recibirlos y colocarles un obsequio significativo para la actividad.

## Imágenes y Fotografías:



**Pie de foto:** Logística del evento Compal III, precedencia de las banderas, listado de invitados internacionales, cárteles de bienvenida, lista de vehículos de la Comisión de Protocolo DIACO y pulsera con el nombre del evento. **Por:** Epesista Rocío García.



**Pie de foto:** Reunión en la oficina del Embajador de la Relaciones Exteriores, Denis Ortiz, para colaboración del protocolo a Nivel Internacional, en compañía de la Comisión del Evento COMPAL



**Pie de foto:** Recibiendo a los Delegados Internacionales del Evento COMPAL III, en el Salón de protocolo del Aeropuerto Nacional la Aurora. **Por:** Epesista Rocío García.



**Pie de foto:** Apertura y Cierre del Evento COMPAL III en Centro de Corporación Española, Antigua Guatemala 2016. **Fuente:** Epesista Rocío García.

### 3.3. Cronograma de Actividades



**“CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES Para el Fortalecimiento de la Comunicación Interna y Relaciones Públicas de la DIACO**



ACTIVIDADES	MAYO				JUNIO				JULIO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>Propuesta de la Implantación de un Boletín Interno en DIACO</b>	X											
Diseños del boletín.	X	X										
Diseño de cartelera.	X											
Calendarización de temas y diseño del volante de difusión del boletín.	X											
Artes finales de los boletines e impresión.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Redacción y distribuciones de los boletines internos.			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
<b>Creación de un grupo de WhatsApp</b>												
Recabar los números de teléfono del personal de DIACO.	X	X	X									
Diseño del nombre e imagen institucional del grupo.				X	X	X						
Administración y control del grupo.				X	X	X	X	X	X	X	X	X
<b>Actividades de Relaciones Públicas</b>												
Incorporación al Sello a la Calidad a nivel interno.				X		X						
Diseño de agendas de reuniones y programas Protocolarios de actividades.					X	X	X	X	X	X	X	X
Logística para el evento COMPAL III.	X	X	X	X								
Evento COMPAL III				X	X							
Acompañamiento de actividades fuera y dentro de la Institución.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

**Fuente:** Elaborado por Epesista Rocío García. Supervisado por el Licenciado Carlos Vásquez,

Coordinador del Departamento de Relaciones Públicas.

### **3.4. Control y Seguimiento:**

Es necesario medir el efecto de las actividades de comunicación llevadas a cabo en un seguimiento permanente del trabajo realizado, el cual lleva un proceso dinámico y participativo, sustentado en los criterios internos de la Visión y Misión de la institución.

Para desarrollar esta labor habrá de definirse una serie de indicadores de control sobre los cuales realizar mediciones periódicas (semanales, mensuales, trimestrales según se determine), con la finalidad de identificar acciones correctoras en caso de descubrirse desviaciones importantes.

Para medir de forma objetiva el desarrollo del Plan Estratégico se utilizarán: El grado de avance, el grado de ejecución y el grado de eficiencia. Con el seguimiento se ha de medir el presupuesto real que ha sido ejecutado sobre el presupuesto total planteado.

Los indicadores serán determinantes para saber si las acciones programadas se cumplieron a cabalidad. O si se utilizarán indicadores como: la organización, del Boletín interno, grupo de interacción de WhatsApp, y de la revista de memorias DIACO. Miden el grado real de cumplimiento de las acciones programadas. Se utilizarán indicadores como:

CONTROL Y SEGUIMIENTO		
ESTRATEGIA	INDICADORES CUANTITATIVOS	INDICADORES CUALITATIVOS
<p><b>1.</b> <b>“Intensificación de Difusión de Actividades”</b></p> <p><b>Objetivo:</b></p> <p>Dar a conocer las diferentes actividades que la institución DIACO, realiza.</p>	<p>Del 100 % de los empleados que laboran en la Institución, el 80% recibieron y leyeron el boletín durante todo su tiempo de circulación. Siendo éstos un aproximado de 63 trabajadores de DIACO Central, que en su mayoría cada jefe de Departamento colaboró con aportar información con la distribución del Boletín interno.</p>	<p>-“Es motivante que como empleados de la institución nos destaquen por área o departamento de la labor que día con día realizamos, leer sobre nuestras actividades.” <b>Licda. Odilia Cuevas jefa del Departamento de Ferias.</b></p> <p>-“Las Famosas frases motivacionales de los lunes nos gusta bastante porque realmente nos da la energía para empezar la semana laboral y además nos saca de la rutina el ver este tipo de mensajes”. <b>Licda. Carmen Sut, Jefa del Departamento de Recursos Humanos.</b></p> <p>-“El pasar por el pasillo principal y ver una cartelera con variedad de información es agradable, sobre todo los boletines especiales con fechas importantes.” <b>Directora General de DIACO, Licda. Silvia Escobar.</b></p> <p>-“El que me gusto fue el del día la madre porque no solo fue boletín sino era más fraternal, tenía boletines pequeños para compartir con otra persona y felicitarla en el día de la madre felicitaciones”. <b>Edy Manuel Jefe del Departamento de Control de Calidad.</b></p> <p>-“Lo motivante que se hizo notar entre los compañeros y principalmente con la directora era que solicitaban y colaboraron con nuevos temas y dar información de las actividades que realizaban por departamento para que todos estuvieran informados.” <b>Lic. Carlos Vásquez Encargado del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas.</b></p>

<p><b>2.</b> <b>“Fortalecimiento del Departamento de comunicación”</b></p> <p><b>Objetivo:</b> Fomentar las relaciones públicas digitales, por medio del whatsApp con los representantes de cada departamento de la Institución.</p>	<p>-De los 13 departamentos que tiene la Institución DIACO a cada jefe o encargada del área se le pidió su número de teléfono para intercambiar información para realizar boletines con sus diferentes actividades que realizan.</p> <p>-De las 19 sedes regionales solo una de ellas no cuenta con comunicación alternativa con redes sociales en línea por lo que se dificultó contactarse con esta sede solo se pudo mandar por correo electrónico, pero no se pudo agregarlo en grupo de whatsApp.</p> <p>A pesar de esta debilidad el grupo esta funcionando bien con el intercambio de información, fotos, anuncios de fechas importantes y así se está cumpliendo con la comunicación lineal.</p>	<p>-“Es muy buena iniciativa crear este grupo porque era más fácil tener una comunicación continua con los demás representantes de las sedes regionales. ”</p> <p><b>-Licda. Silvia Escobar, Directora de DIACO.</b></p> <p>-“El encargado de las sedes regionales mencionó que le parecía una herramienta más fácil para comunicarse e intercambiar información tanto de DIACO Central como con cada representante de cada sede. ”</p> <p><b>Lic. Oliver Reyes</b> <b>Jefe de sedes Regionales.</b></p> <p>- “Como Coordinador del departamento de comunicación social de la institución, seguiré con el debido control para mantener comunicados a los encargados de cada departamento de trabajo”.</p> <p><b>Lic. Carlos Vásquez, Coordinador del área Comunicación Social y Relaciones Públicas DIACO.</b></p>
<p><b>3.</b> <b>Promover la Imagen Pública dentro de la Institución.</b></p> <p><b>Objetivo:</b> Motivar a los empleados con proyectos y actividades de la institución.</p>	<p>-De 135 trabajadores a nivel nacional 60 de los trabajadores de la dirección de Atención y Asistencia al Consumidor DIACO Central y de medios de comunicación se les dio a conocer el “Sello a la Calidad” este impulso es un premio a todas las entidades, proveedores e incluso para los mismos empleados el recibir este premio por ser cumplir con las normas, deberes, reglas que la Ley DIACO establece.</p>	<p>-Como encargada de Relaciones Públicas se presentó el sello a la calidad de manera creativa para la -directora de la institución, por lo que utilice un espejo y el sello en PVC que diseño mi compañera Epesista encarga del área gráfica, y se le hizo entrega en su oficina.</p> <p>-La Licda. Escobar felicito y mencionó que era una manera tan original, creativa y sobre todo que tenía doble uso, asimismo solicito tres más para entregarlos al Presidente Jimmy Morales, y al Ministro de Economía Rubén Morales y Vice-Ministro de economía. –</p> <p>-Esto sin duda llena de satisfacción y agrado algo tan sencillo se volvió novedoso en DIACO y otras dependencias del gobierno.</p> <p><b>Licda. Silvia Escobar, Directora de DIACO.</b></p>

<p><b>4. Incorporación de experiencias regionales.</b></p> <p><b>Objetivo</b></p> <p>Crear un lazo fraternal con los representantes de los departamentos donde se vayan a realizar las actividades, para que quede una puerta abierta para próximas actividades.</p>	<p>-Este fue proyecto conjunto con algunos colaboradores de la institución, con representantes de la alcaldía del departamento Chimaltenango, y con 35 empresas participantes, para realización esta actividad.</p> <p>Del grupo DIACO central estuvieron presentes siguientes áreas: comunicación social, verificación y jurídico.</p> <p>Y como representantes del Departamento de Chimaltenango estuvo presente el Gobernador, la Marimba Oficial de la Municipalidad, también varios grupos de proveedores de diferentes marcas, medios de comunicación, bandas de colegios y público en general.</p>	<p>-Felicité y agradeció por este proyecto a todos los que colaboraron en tan importante festejo como lo es el Día Mundial del Consumidor.</p> <p><b>Lic. Axel Figueroa Gobernador del departamento de Chimaltenango.</b></p> <p><b>-La Licda. Cuevas,</b> encargada de ferias de la Institución agradecida por el apoyo que tuvo con ella el Departamento de Relaciones Públicas DIACO.</p> <p>-Los proveedores entusiasmados felices que los medios de comunicación los grabara y los entrevistara.</p> <p>-El momento más significativo fue que la directora Silvia Escobar de DIACO, hizo un recorrido en cada puesto felicitándolos por su día y agradeciendo su presencia.</p>
<p><b>5. Incorporación de las relaciones publicas con actividades intergubernamentales.</b></p> <p><b>Objetivos:</b></p> <p>Mejorar las relaciones comunicacionales, para reflexionar sobre la importancia y necesidad del cambio positivo, como un elemento indispensable para el crecimiento o desarrollo institucional.</p>	<p>-Por lo general de los trece departamentos que se compone la DIACO Central para este tipo de actividades los que participaron activamente en la Institución son: Dirección, Control de Calidad, Jefaturas de las áreas: Comunicación Social, Verificación, Informática, de Sedes regionales, del Centro de quejas. Como segundo grupo: compras, jurídico y administrativo.</p>	<p>-El tener la oportunidad de llevar, acompañar y colaborar en ser parte logística del evento Internacional COMPAL III, en reuniones en el Ministerio de Relaciones Exteriores con el Embajador Ortiz, en Cancillería para temas de seguridad con el Lic. Mario Vallar de comunicación Social, en el salón de Protocolo del Aeropuerto la Aurora recibiendo representantes internacionales del evento.</p> <p>-Llevar la agenda de las reuniones, en colaborar con la logística del evento y en programar citas para reuniones, listado de comisiones y aportar con la idea de un recuerdo del evento a todos los participantes.</p> <p>-El llevar la minuta del evento y recibir instrucciones y felicitaciones por el cargo asignado es muy importantes para un futuro Licenciado en comunicación.</p> <p>-El poder participar en este tipo de actividades como lo fue COMPAL y estar activo e invitado a viajar y hospedarse al lugar del proyecto con gastos pagados para un Epesista son logros extras.</p>

**Fuente:** *Epesista Rocío García*, comentarios proporcionados por vía electrónica, por llamadas telefónica, y por conversaciones con personal de DIACO.

## Conclusiones

- Partiendo desde primer paso para el plan de comunicación, en el diagnóstico comunicacional se fue determinando de gran manera el poco valor y conocimiento que tenía el departamento de Relaciones Públicas y comunicación social en la Institución.
- Por medio de las entrevistas se determinó la interacción que tenían entre empleados y autoridades sobre todo en las relaciones interpersonales dentro de una institución.
- En esta primera parte se evidenció la importancia de informar e mejorar las relaciones de comunicación interna dentro de la institución para lograr un trabajo armonioso y conjunto entre colaboradores de las diferentes áreas de trabajo.
- El dar a conocer al departamento de comunicación como un canal de intercambio de información para la empresa, sobre todo el resaltar las relaciones públicas ser el portavoz de comunicados internos.
- Con base a la investigación debidamente detallada, se realizó el trabajo científico por medio de la creación de un boletín interno para informar a todos los empleados las diferentes actividades internas y externas que la institución realiza.
- También se determinó la importancia de crear un grupo de WhatsApp de todos los empleados de la institución DIACO y jefes de cada sede regional.

## Recomendaciones

- Que en el encargado del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas le dé el seguimiento al trabajo científico que se realizó, por medio de las estrategias.
- Mantener a los empleados de la institución informados y actualizados de las diferentes actividades que se realicen dentro y fuera de la institución.
- Realizar cambios oportunos según el crecimiento del público objetivo.
- Aprovechar las herramientas de comunicación escrita y mensajería instantánea para que se continúe fortaleciendo la comunicación interna y externa.
- Seguir fortaleciendo las relaciones públicas internas en la institución con departamento de comunicación social, para crear un ambiente laboral armonioso a través de actividades, eventos e información de interés para la mayoría de los empleados por medio del boletín interno.
- El seguir realizando actividades de fechas importantes, celebración de cumpleaños, Baby shower, días festivos, y todas las celebraciones que se tengan durante el año, seguir con los boletines interno con el segmento de las frases motivacionales de cada semana, para mantener motivado a todos los colaboradores para que estén activamente participando con las diferentes acciones que la Institución realice.

## Glosario

1. **Actividad:** Acción o series de acciones emprendidas para producir los resultados inmediatos planeados.
2. **Análisis de Contenido:** Es el conjunto de técnicas de análisis de comunicaciones tendientes a obtener indicadores (cuantitativos o no) por sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes. Estos indicadores son la base para realizar inferencias relativas a las condiciones de producción y recepción de los mensajes analizados.
3. **Anunciante:** Persona, física o jurídica, que contrata espacios publicitarios en medios a los fines de difundir los productos y servicios de su industria, comercio, profesión o actividad propia, que pueda realizar por sí o con intervención de una agencia de publicidad.
4. **Canal:** Es un medio, un portador de mensajes, o sea un conducto, la elección de canales es, a menudo, un factor importante para la efectividad de la comunicación.
5. **Canal Informativo:** Son aquellos establecidos por la compañía. Los mensajes fluyen en tres direcciones: hacia abajo, hacia arriba y hacia los lados. Los mensajes hacia abajo: contienen información necesaria para que cualquier miembro del personal realice su trabajo.
6. **Cronograma:** Representación gráfica de un conjunto de hechos en función del tiempo.

7. Diagnóstico Estratégico: Determina cuáles son los principales problemas que aquejan a la sociedad u organización y los cursos de acción alternativos.
  
8. Estrategia: Serie de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado. La estrategia consiste en destacar en pantalla aquellos elementos que aportan las claves de la narrativa; las estrategias de memorización se prestan a que cada uno invente las suyas propias; nuestra estrategia ha sido tomar la iniciativa del juego desde el comienzo del partido"
  
9. Empatía: Es la proyección imaginaria de la propia conciencia dentro de otro ser, y en el acto de la comunicación, el otro ser es el receptor.
  
10. Gestión: El concepto básico es comparar, vender, producir y financiar. El control de gestión evalúa si esas cuatro actividades se realizan con eficiencia.
  
11. Grupos de Influencia: Los grupos de influencia pueden ubicarse en una sociedad, donde reciben el nombre de Grupos de interés, presión o grupos de tensión. O bien dentro del Estado correspondiente a una determinada sociedad.
  
12. Objetivos: Establecen qué es lo que se va a lograr y cuándo serán alcanzados los resultados, pero no establece cómo serán logrados.
  
13. Objeto: Fin o intento a que se dirige o encamina una acción u operación.

14. Opinión Pública: Según P. Aubig: Expresión de un tema controvertido. Dupont-White: Acuerdo de los espíritus sobre todo lo que interesa a los hombres
15. Plan: El concepto básico es comparar, vender, producir y financiar. El control de gestión evalúa si esas cuatro actividades se realizan con eficiencia.
16. Planeamiento: Acción y efecto de planear, trazar un plan.
17. Planear: Trazar o formar el plan de una obra. Hacer planes o proyectos, de interés humano, de interés social, de interés noticioso, de opiniones o didácticos.
18. Personalidad Corporativa: Es lo que hace que una empresa sea ésta y no otra. El centro psíquico corporativo son las creencias, los valores, su misión, sus objetivos, su actitud corporativa.
19. Redactor: Periodista encargado de redactar las notas periodísticas, tanto las que se realiza con información propia como las que arma con la información recabada por los cronistas.
20. Relaciones Públicas: Sus siglas RR. PP., son un conjunto de acciones de comunicaciones estratégicas coordinadas y sostenidas a lo largo del tiempo, que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos.

21. Retroalimentación: Es en esencia una corriente que regresa del mensaje tal y como es recibido del receptor. Su impacto y su efecto pueden ser instantáneos y poderosos, como en la comunicación cara a cara.
22. Sección: Cada una de las partes en las que se divide una publicación periódica, que se organizan alrededor de una temática.
23. Técnica: Es el conjunto de procedimientos y recursos de que se sirve una ciencia o un arte. Pericia para usar de los procedimientos y recursos". Un ejemplo de técnica sería: una técnica de laboratorio permite realizar un análisis de ADN para determinar la paternidad de una persona, basándose en los descubrimientos de la biotecnología referida.
24. Tecnología: Conforme a su etimología, viene del griego tekhné: arte + logos: discurso, ciencia o palabra. En estos términos, tecnología es el discurso acerca del arte de hacer las cosas. Es una acción, una actividad.
25. Tirada: También "tiraje", número de ejemplares impresos de una publicación en una sola dirección. Para los medios gráficos, número total de ejemplares de una publicación, incluyendo suscripciones y venta en quioscos y descontando las devoluciones.
26. Titulación: Proceso por el cual se edita el material periodístico, agregándole títulos y recursos expresivos.
27. Ubicación: Sitio de la página en donde aparece un anuncio, que puede ser en la cabecera, a la derecha, rodeado de texto, junto al texto, en página impar, etc.

28. Universo: Conjunto de individuos cuyas características y comportamientos se consideran para la investigación de medios. Es un grupo de edad y sexo determinados.
29. Vehículo: Son los espacios o componentes que integran un medio: programas, página. En los textos españoles Medios y Vehículos son denominados soportes.
30. Vía Pública: Representación gráfica o texto publicitario en el espacio público. Se considera vía pública los rótulos que identifican los comercios, carteles, medianeras, postes, vallas, transportes.

## Bibliografía

- DIACO. (2005). Asesoría al Proveedor. En DIACO, *Ley de Protección al Consumidor y Usuario y su reglamento* (pág. 75). Guatemala.
- DIACO. (2014). Campaña de Prevención y Educación al Consumidor . *MEMORIA DE LABORES* , 15.
- DIACO. (2013). DIACO TE ESCUCHA. *MEMORIA DE LABORES* , 13.
- DIACO. (2013). PAQUETE ALCANCE. *Memoria de Labores* , 27.
- DIACO. (2012). Promoción y Asesoría al Consumidor. *MEMORIA DE LABORES* , 1, 14.
- DIACO. (2012). Servicios al Consumidor. *MEMORIA DE LABORES* , 15.
- DIACO. (2012). Verificación y Vigilancia. *MEMORIA DE LABORES* , 17.

## E- grafías

- Transparente.gt. (s.f.). *Transparente.gt.* Recuperado el 08 de 04 de 2016, de <http://transparente.gt/transparente/proyecto/detalles/678023>
- Unidas, E. (s.f.). *noticias.emisorasunidas.* Recuperado el 08 de 04 de 2016, de <http://noticias.emisorasunidas.com/noticias/nacionales/inicia-campana-concientizacion-sobre-juegos-pirotecnicos-antigua-guatemala>
- [\(Diccionario Enciclopédico Durva.](#)

## Anexos

**ESPECIALMENTE PARA TI AMIGO DIACO**

Te invitamos a que Conozcas Nuestro Departamento de  
Comunicación Social y Relaciones Públicas

**BOLETÍN INTERNO**

*En Marzo*

Lee, infórmate y comunícate.  
Recuerda :

*“Una excelente vía de  
comunicación, hace el éxito  
de una Institución”*



**Departamento de  
Comunicación Social y  
Relaciones Públicas  
Coordinador Lic. Carlos  
Vásquez**

Fecha de Inauguración: Martes 01 de marzo de 2016 **RR. PP. Epesista Rocío García.**

**Pie de foto:** Volante para el lanzamiento del Boletín Interno. Diseño por Epesista Rocío García 2016.

## Vaciado de Encuestas de Autoridades de -DIACO-

Hombres: **19** / Mujeres: **6**

### 1. ¿Observa de manera positiva el trabajo que realiza la DIACO en la Sede Central?

	Hombres	Mujeres	
Sí	19	6	25
No	0	0	0
N/R	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>6</b>	<b>25</b>

### 2. ¿Considera que es importante que se destaque la Imagen Pública dentro y fuera de la Institución?

	Hombres	Mujeres	
Sí	19	6	25
No	0	0	0
N/R	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>6</b>	<b>25</b>

### 3. ¿Sabe sí es del conocimiento de todo el personal la Misión, Visión y la finalidad de la Institución?

	Hombres	Mujeres	
Sí	11	4	15
No	8	2	10
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>6</b>	<b>25</b>

**4. ¿Conoce el personal a su cargo la Organización de la Institución?**

	Hombres	Mujeres	
Sí	15	5	20
No	4	1	5
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>6</b>	<b>25</b>

**5. ¿Considera importante la Comunicación Vertical y Horizontal en DIACO?**

	Hombres	Mujeres	
Sí	13	3	16
No	3	2	5
Regular	3	1	4
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>6</b>	<b>25</b>

**6. ¿Se promueven Acciones o Capacitaciones para mejorar la Comunicación y Coordinación a Nivel Interno en la Institución?**

	Hombres	Mujeres	
Sí	12	4	16
No	7	2	9
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>6</b>	<b>25</b>

**7. ¿Se le informa al personal sobre las actividades que tiene la Institución?**

	Hombres	Mujeres	
Sí	4	2	6
No	15	4	19
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>6</b>	<b>25</b>

**8. ¿Considera que el espacio y mobiliario donde se realizan reuniones es suficiente para convivir con el personal en una reunión o actividad?**

	Hombres	Mujeres	
Sí	4	1	5
No	15	5	20
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>6</b>	<b>25</b>

## Vaciado de Encuestas de Empleados -DIACO-

Mujeres: **16** / Hombres: **9**

### **1. ¿Conoce usted la Misión y Visión de la DIACO?**

	Hombres	Mujeres	
Sí	9	16	25
No	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>16</b>	<b>25</b>

### **2. ¿Conoce la Estructura Organizacional de la Institución?**

	Hombres	Mujeres	
Sí	2	14	25
No	5	4	0
N/R	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>18</b>	<b>25</b>

### **3. ¿Cree usted que es importante que la Institución tenga un medio oficial para estar informado de las actividades que llevan a cabo?**

	Hombres	Mujeres	
Sí	9	16	25
No	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>16</b>	<b>25</b>

**4. ¿Se le informa al personal sobre las actividades que desempeñan cada Área o Departamento dentro de la Institución DIACO?**

	Hombres	Mujeres	
Sí	9	16	25
No	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>16</b>	<b>25</b>

**5. ¿Cree que es importante una Estrategia de Comunicación Interna para la Institución para mejor las relaciones interpersonales entre los empleados?**

	Hombres	Mujeres	
Sí	9	16	25
No	0	0	0
Regular	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>16</b>	<b>25</b>

**6. ¿Se promueven Acciones o Capacitaciones para mejorar la Comunicación y Coordinación a Nivel Interno en la Institución?**

	Hombres	Mujeres	
Sí	4	12	16
No	5	4	9
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>16</b>	<b>25</b>

## **Vaciado de Encuestas de Usuarios -DIACO-**

Hombres: **13** / Mujeres: **12**

### **1. ¿Conoce cuál es la función que realiza la Institución DIACO?**

	Hombres	Mujeres	
Sí	12	8	20
No	1	4	5
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>12</b>	<b>25</b>

### **2. ¿Cómo ha sido la comunicación al momento de solicitar el apoyo en las oficinas de DIACO?**

	Hombres	Mujeres	
Buena	9	9	25
Regular	2	2	0
Debe Mejorar	2	1	0
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>12</b>	<b>25</b>

### **3. ¿Cree usted que es importante que la Institución tenga un medio oficial para estar informado de las actividades que llevan a cabo?**

	Hombres	Mujeres	
Sí	9	16	25
No	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>16</b>	<b>25</b>

**4. ¿Por qué medio de comunicación usted conoce a la Institución DIACO?**

	Hombres	Mujeres	
Televisión	5	4	9
Internet	6	6	12
Radio	0	0	0
Otros	2	2	4
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>12</b>	<b>25</b>

**5. ¿Le gustaría que existiera un medio físico de comunicación dentro de DIACO**

	Hombres	Mujeres	
Sí	11	9	20
No	2	3	5
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>12</b>	<b>25</b>

**6. ¿Le gustaría conocer más sobre las actividades Públicas de DIACO?**

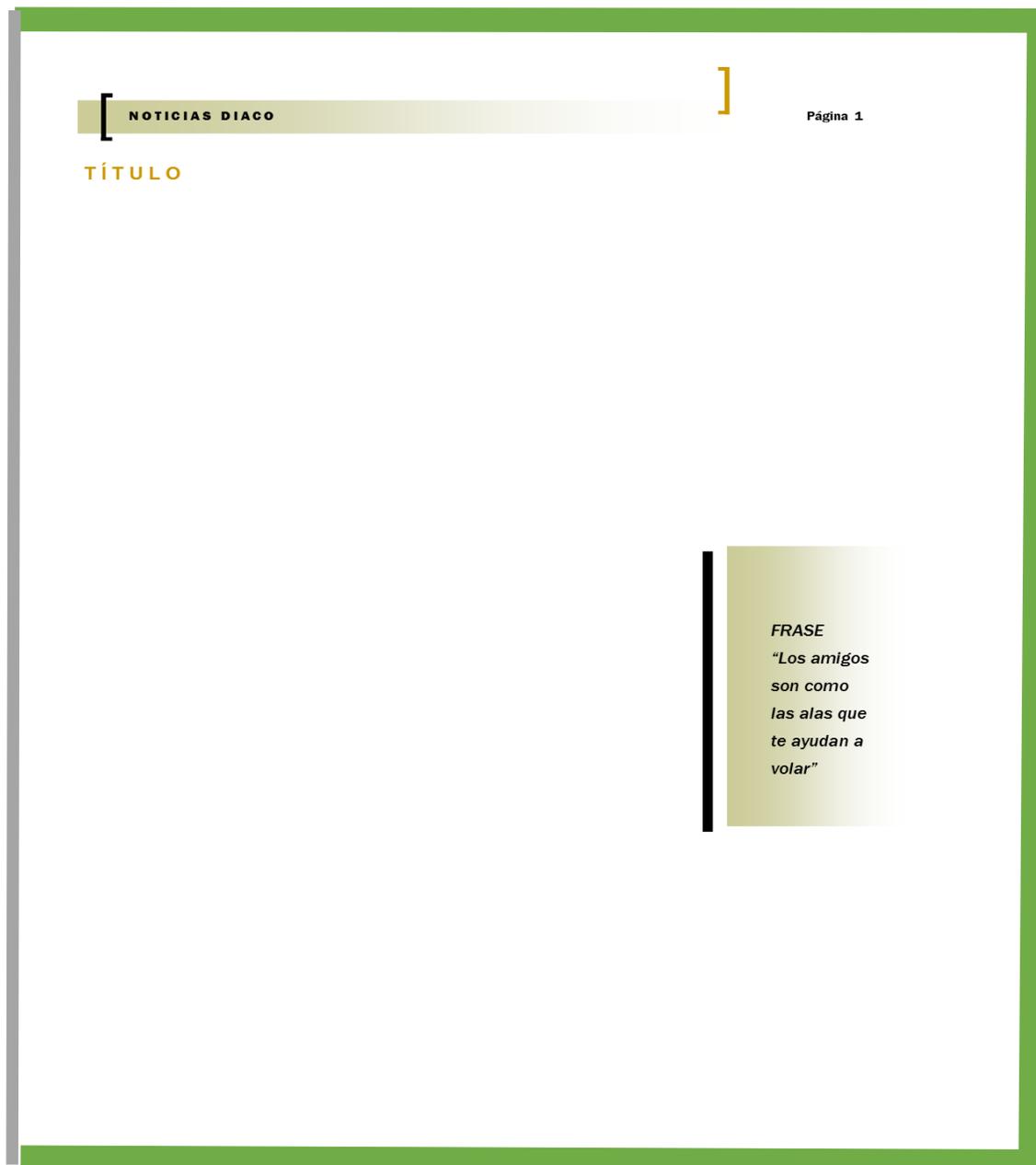
	Hombres	Mujeres	
Sí	13	12	25
No	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>12</b>	<b>25</b>

**7. ¿Aconsejaría a otros usuarios para que soliciten el apoyo de DIACO?**

	Hombres	Mujeres	
Sí	5	4	9
No	6	6	12
No. Resp.	2	2	4
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>12</b>	<b>25</b>

# Propuestas del diseño del Boletín Interno

## Propuesta No. 1



**Fuente:** Elaborado por **Epesista Rocío García 2016**. Supervisado por el Lic. Carlos Vásquez, Coordinador del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas de DIACO.

## Propuesta No.2



DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS

# NOTICIAS DIACO

FEBRERO 2016

### CONTENIDO:

CONOCE LAS ACTIVIDADES	1
CELEBRANDO EL DÍA DEL CARINO.	2
REUNIÓN EN EL BANCO DE GUATEMALA.	2
VISITA EXTRANJERA A LA INSTITUCIÓN -DIACO-	3
ACTIVIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS EN URL.	3

### PUNTOS DE INTERÉS ESPECIAL:

- Qué y que hace el Departamento de Relaciones Públicas..
- Celebración del Día de la Amistad.
- Visita de Lic. Ricardo Salazar, del El Salvador a -DIACO-
- Proyecto de Verificación de Etiquetado y Publicidad Engañosa.

**Fuente:** Elaborado por **Epesista Rocío García 2016**. Supervisado por el Lic. Carlos Vásquez, Coordinador del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas de DIACO.

## Propuesta No. 3

Semana 12 al 15 de marzo del 2016



# BOLETÍN INFORMATIVO

LA DIRECCIÓN DIACO INFORMA A SU PERSONAL

---

AQUÍ INSERTAR IMAGEN

Pie de foto: Banda oficial del colegio CETACH NO.2 de Chimalteango.

Pie de Foto: Alrededor de 4,010 consumidores se hicieron presentes en su Día.

Relaciones Públicas

Comunicación Interna

**Fuente:** Elaborado por **Epesista Rocío García 2016**. Supervisado por el Lic. Carlos Vásquez, coordinador del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas de DIACO.

## Propuesta No.4

Semana 12 al 15 de marzo del 2016



# BOLETÍN INFORMATIVO

LA DIRECCIÓN DIACO INFORMA A SU PERSONAL

LEMA (CONOCE NUESTRAS ACTIVIDADES COMPAÑERO DIACO)

**TÍTULO**

AQUÍ TEXTO:

AQUÍ IMAGEN

**DATOS IMPORTANTES**

Relaciones Públicas      Comunicación Interna

**Fuente:** Elaborado por **Epesista Rocío García 2016**. Supervisado por el Lic. Carlos Vásquez, Coordinador del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas de DIACO.

## Calendarios del Contenido del Boletín Interno

Marzo, 2016		"CRONOGRAMA PARA EL BOLETÍN INTERNO DEL DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS"				
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes		
	1	2	3	4		
	Boletín de Anuncio sobre Apertura del Boletín Interno	Boletín Reportaje sobre Conoce el Departamento de Comunicación Social DIACO			<b>Boletín Motivacional</b>	
	7	10	11	12	13	
<b>FRASE SEMANAL</b>	Boletín Especial Día del Cariño				<b>Boletín Motivacional</b>	
	14	15	16	17	18	
	21	22	23	24	25	
<b>FRASE SEMANAL</b>						
	28	29	30	31		
<b>FRASE SEMANAL</b>		Boletín Especial sobre Visita Internacional en la DIACO.		<b>Boletín Motivacional</b>		

Abril, 2016		"CRONOGRAMA PARA EL BOLETÍN INTERNO DEL DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS"				
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes		
4	5	6	7	8		
<b>Boletín Especial de Inicio de Mes</b>	Boletín Reportaje sobre las Actividades del Departamento de Promoción y Asesoría DIACO				<b>Boletín Motivacional</b>	
	11	12	13	14	15	
<b>FRASE SEMANAL</b>					<b>Boletín Motivacional</b>	
	18	19	20	21	22	
<b>FRASE SEMANAL</b>		Boletín Reportaje sobre el Departamento de Servicios al Consumidor de DIACO				
	25	26	27	28	29	
<b>FRASE SEMANAL</b>	Boletín Especial Día de la Secretaria		Boletín de Anuncio sobre apertura de la página Oficial de DIACO en FaCEBOOK.		<b>Boletín Fin de Mes</b>	

# Mayo, 2016

## "CRONOGRAMA PARA EL BOLETÍN INTERNO DEL DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS"



Lunes		Martes		Miércoles		Jueves		Viernes	
	2		3		4		5		6
Boletín Día del Trabajador								Boletín Motivacional	
	9		10		11		12		13
FRASE SEMANAL		Boletín Especial Día de la Madre						Boletín Motivacional	
	16		17		18		19		20
FRASE SEMANAL		Boletín Día Internacional de Internet, Enfocado a darle link a la página de Oficial de FB.				Boletín Especial Reportaje sobre las Actividades del Centro de Quejas			
	23		24		25		26		27
FRASE SEMANAL								Boletín Especial Reportaje sobre la Actividad Compal III	
	30		31						
FRASE SEMANAL		Boletín de Fin de Mes							

# Junio, 2016

## "CRONOGRAMA PARA EL BOLETÍN INTERNO DEL DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS"



Lunes		Martes		Miércoles		Jueves		Viernes	
					1		2		3
				Boletín Inicio de Mes		Boletín Frase Semanal		Boletín Motivacional	
	6		7		8		9		10
FRASE SEMANAL		Boletín Especial Reportaje sobre Actividades del Departamento de Verificación y Vigilancia DIACO				Boletín Anuncio sobre seguimiento de la cuenta de Twitter de DIACO		Boletín Motivacional	
	13		14		15		16		17
FRASE SEMANAL		Boletín Especial Actividades extra curriculares con la Asociación de AYUVI, en DIACO						Boletín Especial Día del Padre	
	20		21		22		23		24
FRASE SEMANAL				Boletín Reportaje sobre el Departamento de Asesoría al Proveedor				Boletín Motivacional	
	27		28		29		30		
FRASE SEMANAL				Boletín Especial Agradecimiento por el tiempo del EPS		Boletín Motivacional			

Fuente: Elaborado por **Epesista Rocío García 2016**. Supervisado por el Lic. Carlos Vásquez, Coordinador del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas de DIACO.

## Fichas de registro de las horas de practicas



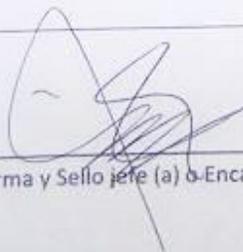
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ejercicio Profesional Supervisado  
de Licenciatura 2016



### Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Rocio Maribell García Gómez  
No. De Carné: 200719350  
Jefe o Encargado (a): Lic. Carlos Vásquez  
Institución o Empresa: Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor  
Supervisor de EPSL: Lic. Fernando Flores

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 02 / Al: 06	Mayo	5	5	5	5	5	x	25 hrs.
2	Del: 09 / Al: 13	Mayo	5	5	5	5	5	x	25 hrs.
3	Del: 16 / Al: 20	Mayo	5	5	5	5	5	x	25 hrs.
4	Del: 23 / Al: 27	Mayo	5	5	5	5	10	x	30 hrs.
5	Del: 30 / Al: 31	Mayo	9	10	x	x	x	x	19 hrs.
6	Del: 01 / Al: 03	Junio	x	x	5	5	5	x	15 hrs.
7	Del: 06 / Al: 10	Junio	5	5	5	5	5	x	25 hrs.
8	Del: 13 / Al: 17	Junio	5	5	5	5	5	x	25 hrs.
9	Del: 20 / Al: 24	Junio	5	5	5	5	5	x	25 hrs.
10	Del: 27 / Al: 30	Junio	5	5	5	5	x	x	20 hrs.
<b>TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS</b>									<b>234 hrs.</b>

(f)   
Firma y Sello jefe (a) o Encargado



(f)   
Lic. Fernando Flores - Supervisor EPSL





Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ejercicio Profesional Supervisado  
de Licenciatura 2016



### Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Rocío Maribell García Gómez  
No. De Carné: 200719350  
Jefe o Encargado (a): Lic. Carlos Vásquez  
Institución o Empresa: Dirección de Atención Y Asistencia al Consumidor  
Supervisor de EPSL: Licda. Sandra Hernández

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 04 / Al: 08	Julio	6	5	7	5	6	x	29 hrs.
2	Del: 11 / Al: 15	Julio	7	5	5	5	8	x	30 hrs.
3	Del: 18 / Al: 22	Julio	7						7 hrs.
4	Del: / Al:								
5	Del: / Al:								
6	Del: / Al:								
7	Del: / Al:								
8	Del: / Al:								
9	Del: / Al:								
10	Del: / Al:								
<b>TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS</b>									66 hrs.

((f))

Firma y Sello Jefe o Encargado



((f))

Lic. Fernando Flores - Supervisor EPSL

