

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



**“CAMPAÑA DE IMAGEN INTITUCIONAL INTERNA PARA EL INSTITUTO  
GUATEMALTECO DE ADMINISTRADORES DE EMPRESAS IGAE.”**

**FRANCISCO JAVIER HERNÁNDEZ AGUILAR**

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2016**

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



**“CAMPAÑA DE IMAGEN INTITUCIONAL INTERNA PARA EL INSTITUTO  
GUATEMALTECO DE ADMINISTRADORES DE EMPRESAS IGAE.”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

**FRANCISCO JAVIER HERNÁNDEZ AGUILAR**

Previo a optar el título de:

**LICENCIADO 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 Bátres

### **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, 26 de Octubre 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 **Francisco Javier Hernández Aguilar** con número de carné: **200215093** 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 **El área de Comunicación Interna** cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **02 de Mayo** al **22 de Julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto: **"Campaña de imagen institucional interna para el Instituto Guatemalteco de Administradores de Empresas IGAE."** entregando el material comunicacional respectivo, debidamente recibido por **Instituto Guatemalteco de Administradores de Empresas IGAE.**

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista y, para los usos 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. Rolando de Jesús Oliva Alonzo.

Presidente de Junta Directiva IGAE.

INSTITUTO GUATEMALTECO DE  
**IGAE**  
ADMINISTRADORES DE EMPRESAS



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

Guatemala 3 de Noviembre de 2016

Estudiante  
**Francisco Javier Hernández Aguilar**  
Carné: **200215093**

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 **"Campaña de imagen institucional interna para el Instituto Guatemalteco de Administradores de Empresas IGAE."** 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"

Licda. Sandra Hernández  
Supervisora 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)

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

## DEDICATORIAS.

**A:** Dios en primer lugar por permitirme finalizar esta etapa de mi vida, a mi Virgen María, que como madre se mantuvo a mi lado. Ambos me dieron su bendición y su amor incondicional, a pesar de los obstáculos que la vida me puso, gracias a ellos pude superarlos y lograr la meta hoy estoy alcanzando

**A Mi Madre:** (Estelita) La persona que siempre estuvo a mi lado, su fe en mí nunca se acabó, sus oraciones fueron muy importantes para mí, al igual que su amor y paciencia, sus desvelos junto a mí, esas tazas de café, su sonrisa que me daba a entender que todo saldría bien. Y su silencio que era capaz de decir lo quiero y estoy orgulloso de usted. **MUCHAS GRACIAS MAMÁ.**

**A Mi Esposa:** (Dorsy) Una personita que tuvo fe en mí, sus regaños fueron fundamentales para que llegara hasta aquí, sus abrazos, besos y su amor me dieron fuerza para continuar, esos momentos en el que me escucho y pude desahogar cada frustración, pero que al final al ver su rostro me tranquilizaba y me animaba a seguir adelante. **GRACIAS AMOR MIO.**

**A Mi Familia:** Por las palabras de aliento que me dieron, por los buenos deseos y por ser parte de mí. **MUCHAS GRACIAS.**

**A Mi Madrina de Graduación:** (Carol) se lo mencione un día, usted es mi ejemplo a seguir, usted ha logrado salir a delante y alcanzar muchas metas, al verla deseo con muchas fuerzas seguir sus pasos y junto con usted ser el orgullo de nuestras madres. **GRACIAS PRIMA.**

**A Mi Padre:** Que Dios me lo bendiga siempre papá.

## **AGRADECIMIENTOS.**

- A: LA TRICENTENARIA UNIVERSAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA POR MEDIO DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION.**
- A: Mi asesora Licda. Sandra Hernández, por su apoyo, guía y paciencia en el año de ejecución del EPS Licenciatura.**
- A: Lic. Rolando Oliva. Gracias por la oportunidad de permitirme ejecutar el EPS dentro de la institución IGAE.**
- A: Wilson Paz. Como lo prometí un día, gracias mi querido amigo, por el apoyo dado, que gracias a su orientación pude lograr una etapa en mi vida que me permite hoy, graduarme de la Licenciatura en Comunicación.**
- A: Los compañeros y amigos que estuvieron junto a mí en la universidad, y que de una u otra manera me ayudaron para culminar mis estudios.**

## ÍNDICE

RESUMEN.....	VI
INTRODUCCIÓN.....	VIII
JUSTIFICACIÓN.....	IX

### CAPÍTULO I

<b>1. DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL.....</b>	<b>1</b>
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO .....	1
1.1.1 Objetivo General .....	1
1.1.2 Objetivos Específicos .....	1
1.2. INSTITUCIÓN.....	1
1.2.1.Ubicación geográfica .....	1
1.2.2. Integración y alianzas estratégicas .....	2
1.2.3. Alianzas en proceso.....	2
1.2.4.Antecedentes .....	3
1.2.5.Departamentos o dependencias .....	4
1.2.6.Misión.....	4
1.2.7.Visión .....	4
1.2.8.Ejes estratégicos (objetivos institucionales).....	4
1.2.9.Público objetivo.....	6
1.2.10.Organigrama .....	7
1.3. MÉTODOLOGIA.....	8
1.3.1. Descripción del método.....	8
1.3.1.1. Enfoque de investigación .....	8
1.3.1.2. Justificación.....	8
1.3.1.3. Alcance .....	9
1.3.1.4. Método Inductivo.....	9
1.3.1.5. Hipótesis .....	9

1.3.1.6. Diseño .....	9
1.3.1.7. Población y muestra.....	9
1.3.2. Técnicas e instrumentos de Recolección de datos. ....	10
1.3.2.1. Observación. ....	10
1.3.2.2. Encuesta. ....	10
1.3.2.4. Entrevista. ....	11
1.3.2.5. Instrumentos. ....	11
1.3.3. Cronograma del diagnóstico. ....	12
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS.....	13
1.4.4.Técnica Observación. ....	13
1.4.2.Técnica Encuesta.....	14
1.4.3.Entrevista. ....	23
1.4.3.1.Ficha de entrevista.....	23
1.4.3.2.Resultado de la Entrevista. ....	23
1.4.3.3.Ficha de entrevista. ....	25
1.4.3.4.Resultado de la Entrevista. ....	25
1.4.3.5.Tablas comparativas.....	26
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN.....	27
1.5.1.Fuerzas de IGAE.....	27
1.5.2.Oportunidades de IGAE. ....	27
1.5.3.Debilidades de IGAE.....	27
1.5.4.Amenazas de IGAE.....	27

## **CAPÍTULO II**

<b>2. PLAN COMUNICACIONAL.....</b>	<b>28</b>
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES.....	28
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....	31
2.2.1 Objetivo General.....	31
2.2.2 Objetivos Específicos.....	31

2.3. PÚBLICO OBJETIVO .....	32
2.3.3. Público interno .....	33
2.3.4. Público externo .....	33
2.4. MENSAJE .....	34
2.4.1. Tipo de mensaje.....	34
2.4.2. Características del mensaje .....	34
2.4.3. Características del lenguaje.....	34
2.4.4. Tono.....	34
2.4.5. Canales de comunicación.....	34
2.5. ESTRATEGIA.....	35
2.5.2. Herramientas .....	35
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN (BOCETOS).....	37
2.6.1. Estrategia: Imagen corporativa.....	37
2.6.2. Estrategia: Página de Facebook (interna).....	39
2.6.3. Estrategia: Creación de revista (digital) .....	42

### **CAPÍTULO III**

<b>3. INFORME DE EJECUCIÓN.....</b>	<b>44</b>
3.1. PROYECTO DESARROLLADO .....	44
3.1.1.Financiamiento.....	44
3.1.2.Presupuesto invertido.....	45
3.1.3.Beneficiarios.....	46
3.1.4.Recursos Humanos.....	47
3.1.5.Área geográfica de Acción.....	47
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS.....	48
3.2.1.Primera estrategia Desarrollada (imagen corporativa).....	48
3.2.2.Objetivo comunicacional.....	48
3.2.3.Descripción.....	48
3.2.4.Acciones desarrolladas.....	49

3.2.5.Imágenes. (arte final) .....	52
3.3. SEGUNDA ESTRATEGIA DESARROLLADA (TEAM IGAE) .....	55
3.3.1.Objetivo comunicacional .....	55
3.3.2.Descripción.....	55
3.3.3.Acciones desarrolladas .....	56
3.3.4.Fotografías. ....	56
3.4. TERCERA ESTRATEGIA DESARROLLADA (Afiches Publicitarios) .....	61
3.4.1.Objetivo comunicacional .....	61
3.4.2.Descripción.....	61
3.4.3.Acciones desarrolladas .....	61
3.4.4.Imágenes.....	62
3.5.CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	64
3.6.CONTROL Y SEGUIMIENTO.....	65
CONCLUSIÓN.....	66
RECOMENDACIONES.....	67
GLOSARIO.....	68
BIBLIOGRAFIA.....	71
E-GRAFIA.....	72
ANEXOS.....	73

## **RESUMEN.**

### **Nombre de la institución:**

Instituto Guatemalteco de Administradores de Empresas IGAE.

### **Nombre del proyecto:**

“Campaña Institucional Interna para el Instituto Guatemalteco de Administradores de Empresas IGAE”

### **Objetivos del Proyecto:**

#### **General:**

El objetivo general de la campaña institucional interna del Instituto Guatemalteco de Administradores de Empresas IGAE, de manera directa, es la de incrementar y mejorar el flujo de información requerida entre los socios de la institución, mostrar a los involucrados de IGAE como la comunicación interna se maneja de forma eficiente y organizada, comunicando e informando sobre la organización o resultados de las actividades realizadas por la institución y de cómo llega a ser de gran beneficio para cada miembro de la institución, de manera colectiva como individual.

#### **Específico:**

Preceptuar la comunicación interna entre los miembros de la junta directiva del Instituto Guatemalteco de Administradores de Empresas IGAE. De esto depende una efectiva ejecución y gestión de la comunicación entre los miembros de la institución. Mantener al tanto a cada involucrado sobre las actividades actuales y futuras, y de manera correcta administrar todo el proceso comunicativo para lograr los objetivos establecidos por la institución. Incrementando el sentido de pertenencia entre la marca IGAE y los miembros de la Junta directiva, así como público externo. Con lo anterior se busca la efectiva comunicación, que sea entendible, y accesible para los involucrados.

## **Sinopsis del Proyecto:**

El trabajo de EPS 2016 realizado en el Instituto Guatemalteco de Administradores de Empresas IGAE. Se formó en base a los lineamientos establecidos y la guía adecuada del departamento de EPS de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Este trabajo se cumplió bajo tres lineamientos esenciales:

- a. Construcción del Diagnóstico.
- b. Construcción del plan de Comunicación.
- c. Construcción del Informe Final.

El trabajo inicia con la búsqueda de información para tener una visión general de la calidad y efectividad de la comunicación interna de IGAE. Durante en el diagnostico se comprendió que el grupo objetivo se dividía en dos, (real y potencial) estos comparten elementos demográficos, psicograficos y socioeconómicos. Ya que se trata de profesionales en el ámbito de la administración y otras profesiones.

Aquí se logró conocer el nivel de satisfacción personal en cuanto a la comunicación entre los miembros de la junta directiva, así como comprender cuales son las herramientas de comunicación utilizadas por la institución, y comprender como es el manejo del área de comunicación dentro de IGAE.

Lo anterior se logró comprender en base una investigación realizada bajo esquemas de investigación cuantitativa y cualitativa. La observación (ver), La encuesta (preguntar), la entrevista (dialogar). De las técnicas de investigación mencionadas resalta una, La Encuesta. Esta arrojo datos de vital importancia para descubrir y esquematizar una radiografía profunda del Instituto Guatemalteco de Administradores de Empresas IGAE.

Con la radiografía clara y concreta se logró pasar a la creación del Plan de Comunicación, “Planificación y diseño de herramientas para el mejoramiento comunicacional interno del Instituto Guatemalteco de Administradores de Empresas IGAE”

## **INTRODUCCIÓN.**

El siguiente informe presenta como se implementaron estrategias comunicacionales internas, cada una de ellas se dieron en una secuencia adecuada cuya finalidad fue la de fortalecer la comunicación interna de la institución.

En el presente año el autor de este informe realizó su ejercicio práctico supervisado en el Instituto Guatemalteco de Administradores de Empresas IGAE. Específicamente con el equipo de la Junta Directiva, el trabajo realizado se basó en el recabar información y trabajar directamente con la institución para el mejoramiento de la comunicación interna de la misma.

La comunicación interna de una institución es una herramienta fundamental si se maneja de manera correcta, contemplando elementos como el G.O, los canales adecuados, el diseño fresco y profesional de materiales digitales e impresos y el incremento del sentimiento de pertenencia y el trabajo en equipo.

La comunicación interna de una institución u organización es fundamental para la interrelación y transmisión de información relevante de la misma, esta comunicación es uno de los pilares para lograr los objetivos establecidos y por ende mejora la relación entre las personas involucradas en la institución.

El área de comunicación de toda institución debe ser considerada de mucha importancia, por tal motivo cada una de las estrategias implementadas fue pensada para incrementar la efectividad en el área de comunicación interna.

## **JUSTIFICACIÓN.**

El crear un diagnóstico comunicacional significa el conocer la situación actual de una institución en base a la implementación de la comunicación, su origen, efectividad y los posibles resultados en su aplicación. El presente trabajo muestra los motivos que dan paso al problema de comunicación que enfrentaba la institución, y que afecta tanto público interno como externo.

El tener una comunicación efectiva dentro de la institución es fundamental para que cada uno de los involucrados sienta que el logro de la misma pertenece de manera personal y colectiva, con el cumplimiento de los objetivos se evalúa la efectividad de las estrategias o realizar cambios que se crean convenientes y adecuados para ayudar al proceso de comunicación interna efectiva.

El que el Instituto Guatemalteco de Administradores de Empresas IGAE sea una entidad dedicada a la realización de actividades académicas, culturales, deportivas, recreativas y sociales, que contribuyen en la formación y actualización de profesionales. Significa que se relaciona con un público amplio, y por ende debe mantener una comunicación institucional efectiva y cuyos objetivos sean cumplidos.

Por tal motivo el presente trabajo se realizó con la finalidad de mejorar la efectividad de la comunicación y la interacción de los miembros de IGAE. Ya que con el mejoramiento interno de la comunicación esto se reflejara ante el público objetivo que sigue a la institución y mostrara una imagen fresca y profesional.

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL.**

#### **1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO.**

##### **1.1.1 Objetivo General.**

Elaborar un diagnóstico sobre la situación comunicacional interna del Instituto Guatemalteco de Administradores de Empresas. Con el fin de adquirir una radiografía de la institución y poder evaluar su funcionamiento actual.

##### **1.1.2 Objetivos Específicos:**

- Conocer el nivel de satisfacción personal en cuanto a la comunicación entre los miembros de la junta directiva.
- Establecer cuáles son las herramientas de comunicación utilizadas por la institución.
- Comprender como es el manejo del área de comunicación dentro de IGAE.
- Explicar la postura y la aplicación los medios de comunicación digitales que utiliza la institución.
- Presentar un plan de comunicación a los miembros de la junta directiva de IGAE.

#### **1.2. INSTITUCIÓN.**

Instituto Guatemalteco de Administradores de Empresas de Guatemala. IGAE.

##### **1.2.1. Ubicación geográfica.**

18 calle c 19-02 z 16 Residenciales Berenice casa 20 Guatemala Ciudad.

### **1.2.2. Integración y alianzas estratégicas.**

La Integración IGAE, como parte del Proceso Administrativo, consiste en que una vez definida la Planificación y la estructura organizacional deben integrarse los recursos necesarios para el logro de los objetivos planteados.

Estos recursos son:

- ✓ Personal.
- ✓ Infraestructura.
- ✓ Finanzas.

Las alianzas estratégicas que el Instituto Guatemalteco de Administradores de Empresas IGAE, ha realizado son las siguientes:

- ✓ Facultad de Ingeniería de la USAC, julio de 2012
- ✓ Fundación Desafío, en febrero de 2012
- ✓ Consejo Nacional de Áreas Protegidas Privadas, en 2013

### **1.2.3. Alianzas en proceso.**

- ✓ Colegio de Profesionales de las Ciencias Económicas.
- ✓ Universidad Da Vinci.
- ✓ Centro TIC's del INTECAP.

Los convenios firmados y que se están madurando para firmarlos en el transcurso del presente año, son de cooperación académica. Es la participación de IGAE en cuestiones de charlas motivacionales, o capacitaciones en los diferentes temas con respecto a la Administración de Empresas.

#### **1.2.4. Antecedentes.**

En 1970, un grupo de profesionales que laboraban en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, USAC, realizó esfuerzos para lograr la creación de un ente que reuniera al gremio de los Administradores de Empresas, en aquellos momentos un grupo relativamente pequeño entre estudiantes y graduados, sin embargo, factores de diversa índole impidieron la concreción de sus deseos.

Entre otros licenciados que iniciaron este esfuerzo, merecen mención especial: Donald Monsanto, Marco Antonio Ponce y Mario Saraí Cruz, años más tarde otros profesionales y estudiantes recogieron la estafeta y continuaron con este noble propósito sin que pudieran concretar el proyecto.

En ese orden de ideas, pasaron más de 25 años, hasta que en marzo de 2008, se reunieron para retomar el tema doce profesionales de la administración, con el objeto de impulsar la creación del Instituto de Administradores de Empresas de Guatemala - IGAE-, y de esa manera contar con una entidad que representara, aglutinara y luchará por prestigiar al gremio.

E 29 de diciembre de 2010, fecha en la que se concretó la aprobación de los Estatutos del Instituto Guatemalteco de Administradores de Empresas –IGAE-, en el Registro de Personas Jurídicas del Ministerio de Gobernación.

El 15 de julio de 2011, en solemne acto de Cambio de la Rosa de la Paz, realizado en el Patio de la Paz del Palacio Nacional de la Cultura, en el cual se nombró a quienes integren al IGAE como Mensajeros de la Paz, nace a la vida pública el Instituto por tantos años añorado.

### **1.2.5. Departamentos o dependencias.**

En el caso de IGAE no tiene una estructura organizacional como tal. Básicamente las labores que se llevan a cabo son posibles por la participación de los miembros de Junta Directiva y de otros agremiados, así como de empresas e instituciones que patrocinan los eventos, o bien, que colaboran con nosotros en temas de infraestructura, en temas culturales y sociales.

### **1.2.6. Misión**

Somos una asociación privada, apolítica, no religiosa y sin fines de lucro, la que a través de actividades académicas, culturales, deportivas, recreativas y sociales, contribuimos en la formación y actualización de los profesionales y estudiantes de la administración de empresas y carreras afines, propiciando la cooperación mutua y fraternidad entre los agremiados y sus familias.

### **1.2.7. Visión**

Ser una entidad reconocida por su alta calidad gremial, académica, profesional y social, tanto en el ámbito nacional como internacional, en la cual se promueva el estudio, la investigación científica y el fortalecimiento de la administración de empresas y se contribuya en el desarrollo económico, social y cultural del país.

### **1.2.8. Ejes estratégicos (objetivos institucionales)**

#### **Ejes transversales.**

- a) El enfoque de género.
- b) La no discriminación por motivos de raza, edad, género, idioma o religión.

## **Ejes de trabajo:**

### **a) Académico**

El IGAE pretende fortalecer los conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes de sus agremiados, a efecto de contar con profesionales de alta calidad científica, técnica, humana y social, para que de esta manera sean competitivos tanto en el ámbito nacional como e internacional.

### **b) Cultural**

El fomento de la cultura debe ser una preocupación del IGAE. Parte del que hacer del Instituto estará enfocado en crear las condiciones para que los agremiados y sus familias participen en actividades culturales, con el fin de ir creando un ambiente amigable que permita alcanzar otros objetivos.

### **c) Deportivo y recreativo**

Para la formación integral del individuo se requiere que este además de ejercitarse en el campo del intelecto, también se ejercite en lo físico y espiritual, para lo cual el IGAE promoverá actividades para que el agremiado y su familia participen en actividades deportivas y recreativas que sean de su predilección.

### **d) Investigación y estudio**

Contribuir al desarrollo de las instituciones públicas y privadas, investigando la problemática administrativa y proponiendo modelos administrativos que contribuyan a la producción de bienes y servicios dentro de un marco de eficiencia y eficacia, mediante asesoría administrativa y la ejecución de investigaciones técnicas.

### **e) Social**

Coadyuvar a que los agremiados y sus familiares estrechen lazos de amistad mediante la convivencia en actividades de sano entretenimiento.

### **1.2.9. PÚBLICO OBJETIVO.**

El público objetivo de IGAE se divide en 2. (Real y potencial)

#### **PO.Real.**

Geográfico:

Ciudad de Guatemala.

Demográfico:

Hombres y mujeres de 29 a más años.

Nivel socioeconómico:

Medio y medio alto.

Nivel educacional:

Profesionales.

Psicográfico:

Hombres y mujeres del segmento “Gremial académico y social”. Marcada preferencia por prestigiar el gremio administrativo a nivel nacional, luego de obtener el grado de licenciados en administración de empresas, en un ambiente de confianza y con objetivos en común.

#### **PO. Potencial.**

Geográfico:

Ciudad de Guatemala.

Demográfico:

Hombres y mujeres de 17 a más años.

Nivel socioeconómico:

Medio y medio alto.

Nivel educacional:

Universitarios.

Micro empresarios.

Estudiantes de diversificado.

### 1.2.10. ORGANIGRAMA

Instituto Guatemalteco de Administradores de Empresas IGAE.

Estructura Organizativa Junta Directiva.

2016



## **1.3. METODOLOGIA.**

### **1.3.1. Descripción del método.**

#### **1.3.1.1. Enfoque de investigación.**

El procedimiento de la metodología utilizada se centra en la investigación de la situación actual de la comunicación interna de la institución IGAE. Esta investigación responde a un enfoque de tipo MIXTO. Las investigaciones con enfoque mixto consisten en la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno, puede decirse que surgieron por la complejidad de algunos fenómenos. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2011)

La finalidad en el uso de este enfoque es el poder obtener un punto de vista numérico en conjunto con las cualidades de cada uno de los integrantes de la Junta directiva de la institución.

#### **1.3.1.2. Justificación<sup>1</sup>:**

El incremento de la validez de los datos cuantitativos y cualitativos, para poder confirmar o corroborar o no los resultados y descubrimientos en aras de una mayor validez interna y externa del estudio.

La complementación al obtener una visión más comprensiva sobre el planteamiento si se emplean ambos métodos.

El desarrollo de instrumentos para recolectar datos bajo un método, basado en los resultados del otro, logrando así un instrumento más enriquecedor y comprensivo.

La claridad al visualizar relaciones “encubiertas” las cuales no habían sido detectadas por el uso de un solo método.

---

<sup>1</sup> Los términos utilizados en la Justificación fueron extraídos de Hernández y Sampieri y Mendoza (2008)

### **1.3.1.3. Alcance**

Esta investigación contará con un alcance del tipo DESCRIPTIVO, el porqué del uso de este tipo de alcance es para lograr identificar variables en los métodos de comunicación interna, que permita la medición en contexto de herramientas, la aplicación de las mismas y su efectividad.

Para lograr obtener estas variables se aplicaron las siguientes técnicas de recolección de datos: Entrevista, Cuestionario y Observación. Estas técnicas se plantearon para evitar la distorsión y responder a los objetivos de la investigación.

### **1.3.1.4. Método Inductivo.**

Partiendo de datos particulares obtenidos en la investigación, plantearemos ideas generales. Es decir, haremos un “estudio de la realidad de lo particular a lo general” (Huauya, 2010)

### **1.3.1.5. Hipótesis**

Se descubrirán las fallas y aciertos al momento de aplicar herramientas comunicacionales y como varía cada tipo según los rangos demográficos dentro de la Junta Directiva de IGAE.

### **1.3.1.6. Diseño**

El diseño que se utilizó en este diagnóstico fue de tipo NO EXPERIMENTAL, con una aplicación TRANSVERSAL. La cual se basa en la descripción de las variables y analizar su comportamiento en el mismo tiempo. Se basó únicamente a sustraer al contemplar los fenómenos en su estado natural para luego analizarse.

### **1.3.1.7. Población y muestra:**

Estudio: Estudio sobre la comunicación interna de los 8 miembros de la junta directiva del Instituto Guatemalteco de Administradores de Empresas. IGAE.

Población: Junta directiva de IGAE.

Muestra: 8 miembros.

Unidad estadística: 8 unidades.

Datos: Cuantitativos y cualitativos.

Variables: Discretas y Continuas.

### **1.3.2. Técnicas e instrumentos de Recolección de datos.**

Técnica: Las técnicas de recolección de datos utilizadas en esta investigación se acoplan a procedimientos y actividades que permiten obtener la información necesaria para dar respuesta a toda duda que se plantee en la investigación. Se pueden mencionar como técnicas de recolección de información a las siguientes: La observación (ver), La encuesta (preguntar), la entrevista (dialogar).

#### **1.3.2.1. Observación.**

Consiste en el establecimiento de una relación entre el objeto que se intenta abordar y el sujeto que lo investigará. (tipos.com, 2014-2016) esta técnica permitió establecer un contacto directo e indirecto, con los miembros de la Junta Directiva de IGAE. En el caso del contacto directo se estableció una observación directa, aquí el propio investigador el que entra en contacto con el fenómeno a investigar. Por supuesto que esta observación es mucho más provechosa para el investigador, ya que siempre lo que una persona ve con sus propios ojos será mucho más completo que lo que le cuenten tercero y además puede orientar su observación a lo que él deseé no a lo que otra persona hizo. (tipos.com, 2014-2016).

Con esta técnica se pudo obtener datos cualitativos puros, ya que se pudo observar a la población en su entorno y descubrir aspectos que una entrevista o encuesta no podría haber arrojado con tanta fidelidad.

#### **1.3.2.2. Encuesta.**

Esta técnica sirvió para recolectar información sin presión alguna sobre los integrantes de la Junta Directiva de IGAE. La encuesta es una técnica cuantitativa que consta de una serie de preguntas estandarizadas que son realizadas a una muestra representativa. A partir de esto se pueden obtener mediciones cuantitativas de cualidades tanto objetivas como subjetivas de la población.

Encuestas descriptivas: estas encuestas buscan reflejar o documentar las actitudes o condiciones presentes. Esto significa intentar descubrir en qué situación se encuentra una determinada población en momento en que se realiza la encuesta. (tiposde.org, 2012-2016)

#### 1.3.2.4. Entrevista.

Técnica que permitió a unos miembros de la muestra a manifestarse en sus propias palabras. Una entrevista es una conversación entre dos o más personas se limita a preguntar y el entrevistado a responder. (tiposde.org, 2012-2016)

El tipo de entrevista utilizada fue la de investigación, a partir de esta se busca esclarecer un episodio de interés general presente en la situación comunicacional actual de la institución. Se realizó a 3 personas, las cuales son los 3 fundadores de IGAE.

Telefónica: se realiza a por medio de esta vía, por lo que no se pueden apreciar las características visuales de la persona como en la anterior.

Por correo electrónico: son muy impersonales, no tienen las ventajas de las anteriores y además le dan al entrevistado la posibilidad de planificar cada una de las respuestas e, incluso, puede ser realizada por algún asistente y no por el personaje en cuestión. La ventaja que tiene es que son más cómodas para ambas partes.

#### 1.3.2.5. Instrumentos.

Técnica.	Instrumentos.
Observación	Guía de observación, papel, lápiz y cámara fotográfica.
Encuesta.	Cuestionario, papel y lápiz.
Entrevista.	Guía de entrevista, papel y lápiz. Cámara fotográfica.

### 1.3.3. CRONOGRAMA DEL DIAGNÓSTICO.

Universidad de San Carlos de Guatemala. -USAC-
Escuela de Ciencias de la comunicación. -ECC-
Ejercicio profesional supervisado 2016 -EPS-

Fecha.	Actividad. Enero.
19 - 22	Inicia curso propedéutico. EPS 2016
25	Inicia construcción del diagnóstico.
	Revisión de textos.
26	Generación del instrumento de recolección de datos.
27	Recepción del formulario para elaborar la carta de solicitud de práctica.
28	1ra reunión con el presidente de Junta Directiva de IGAE Lic. Rolando Oliva.
	Inicia la recolección de datos (observación)

ENERO						
D	L	M	M	J	V	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Fecha.	Actividad. Febrero
4	Entrega de carta de solicitud de practica de EPS. Por parte de Licenciados a cargo.
6	2da Reunión y presentación con una parte de la junta directiva.
	Recolección de datos (encuesta)
17	Reunión con el Coordinador administrativo de IGAE. Licenciado Byron Claudio
	Aplicación de la recolección de datos (entrevista)
20	Reunión con los 3 fundadores de IGAE.
	Aplicación de la recolección de datos (entrevista)
	Continua la aplicación de la (encuesta)
24	Reunión con el Coordinador administrativo de IGAE. Licenciado Byron Claudio
	Continua la aplicación de la (observación)
25	Análisis de los datos obtenidos. (Encuesta y observación)
26	Análisis de los datos obtenidos. (Entrevista)
27	Finaliza la construcción del diagnóstico.
29	Entrega del informe del diagnóstico.

FEBRERO						
D	L	M	M	J	V	S
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29					

Fuente: E pesista Francisco Hernández  
(Cronograma ejecución de diagnóstico EPS 2016)

## 1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS.

### 1.4.4. Técnica Observación.

Guía de observación a miembros de la Junta Directiva de IGAE.

Día: sábados.

Lugar: Lugares públicos.

Tiempo de duración: 2 a 3 horas

Unidad de Observación.	Ítems.	Referentes.
Interacción social y en base a rangos dentro de la junta directiva.	Escenario.	*No cuenta con una sede. *No cuenta con papelería institucional. *Utiliza lugares públicos.
Apreciación sobre la aplicación de la comunicación interna de IGAE.	Escenario.	*Restaurantes. *Mucho ruido. *El alimentarse evita que se de una comunicación interpersonal efectiva.
	Participantes.	*Profesionales en área administrativa. *Personas con deseos de mejorar la imagen de la institución. *Personas con muy poco tiempo para invertir en la institución. *Personas con vestimenta común y corriente (no acorde a la importancia de la reunión) *Demuestran algo de desinterés en las reuniones. *En su mayoría no están desactualizados en las herramientas de comunicación actuales. *Utilizan el e-mail para compartir información y el uso de este medio no se comparte como su principal fuente de comunicación.
Características de los participantes al momento de usar la palabra.		*Uso desordenado de la agenda del día. *Utilizan un vocabulario coloquial. *Divagan al momento de explicar algo. *En su mayoría no manejan un orden en la importancia del tema a tratar. *Se desvían del tema. *Los hombres hablan mas que las mujeres. *Los gestos de los hombres en su mayoría es de pesimismo. *Los gestos de las mujeres son de aprobación. *Sus opiniones son mas para desaprobar algo. *Justifican su poca participación en cuanto a comunicación exterior se trata.
Mecanismos en la toma de decisiones,		*Los hombres toman las decisiones. *No se ponen de acuerdo en la mayoría de las propuestas. *Entre los miembros obstaculizan la aplicación de una idea. *Utilizan las palabras "la junta directiva lo aprueba" *Asientan con la cabeza al momento de aprobar las decisiones. *Las decisiones tomadas las apuntan en un cuaderno común. *No manejan una base de datos. *No concuerdan sobre quien será el responsable de la aplicación de actividades *Poco manejo de agenda de actividades o reuniones.
Finalización de las reuniones.		*Los miembros presentes firman la hoja "acta de reunión" *Agradecen el trabajo realizado por cada uno de los miembros. *Recalcan la espera de alguna noticia durante la semana, sobre alguna actividad o información que les sirva.

Fuente: E pesista Francisco Hernández (Tabla sobre resultados de observación EPS 2016)

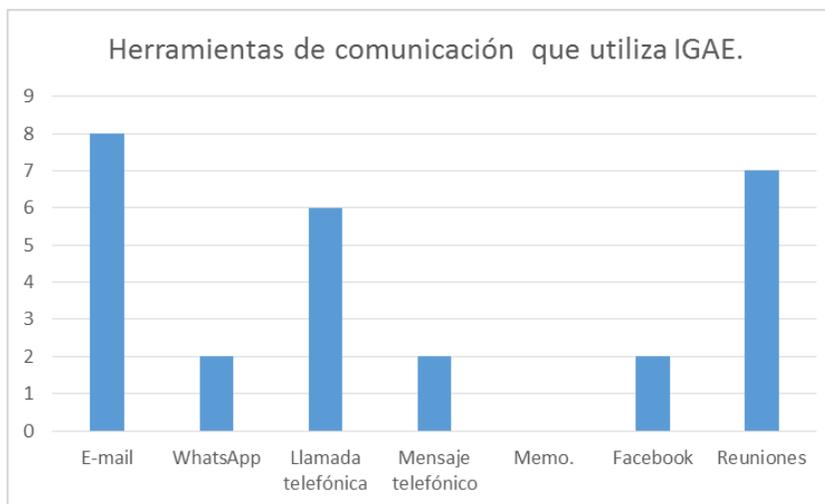
### 1.4.2. Técnica Encuesta.

La encuesta aplicada para la realización del diagnóstico comunicacional de IGAE, se aplicó a la población total de la Junta Directiva (8 miembros) y está formada por 10 preguntas, 9 son preguntas de opción múltiple y 1 abierta y se dio una opción (\*) para que dieran una sugerencia, todo esto para poder obtener un resultado más detallado al momento de analizarlas.

A continuación se presentan las preguntas con sus respectivos resultados y gráficas.

#### 1. ¿Cuáles son las herramientas de comunicación que se utilizan en IGAE?

E-mail	WhatsApp	Llamada telefónica	Mensaje telefónico	Memo.	Facebook	Reuniones
8	2	6	2	0	2	7

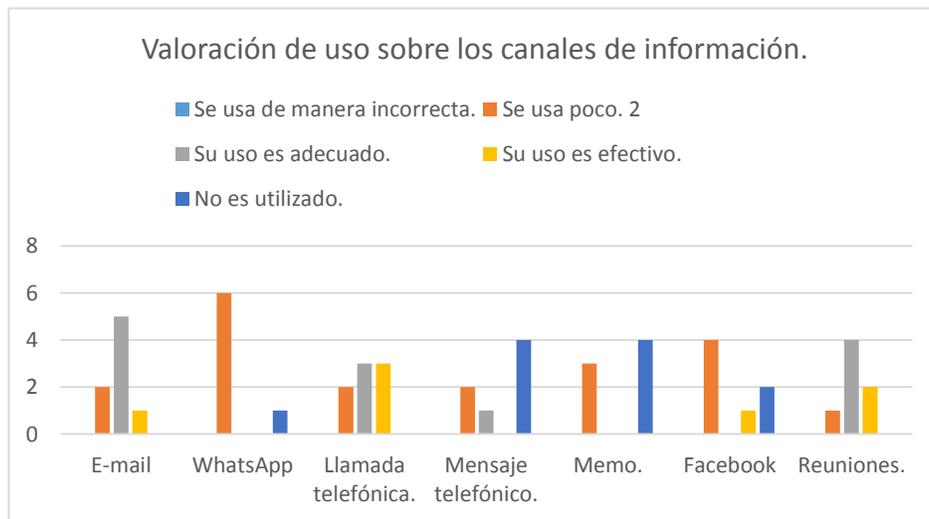


Fuente: Elaboración propia del e pesista.

Análisis: Para iniciar el análisis sobre las respuestas obtenidas de la encuesta, se observa que en el uso de herramientas de comunicación que utilizan de manera interna, en la institución, se enfoca preferente mente en el (E-mail, las Reuniones y llamadas telefónicas). Dejando a un lado los medios electrónicos actuales. (WhatsApp, Facebook) y extrañamente queda desplazado en su totalidad la utilización del (Memo) siendo este uno de los elementos de comunicación institucional más importantes para el manejo profesional de una entidad como IGAE.

2. Por favor valore los siguientes aspectos sobre el uso de los canales de información utilizados por IGAE.

	Se usa de manera incorrecta.	Se usa poco.	Su uso es adecuado.	Su uso es efectivo.	No es utilizado.
E-mail	0	2	5	1	0
WhatsApp	0	6	0	0	1
Llamada telefónica.	0	2	3	3	0
Mensaje telefónico.	0	2	1	0	4
Memo.	0	3	0	0	4
Facebook	0	4	0	1	2
Reuniones.	0	1	4	2	0

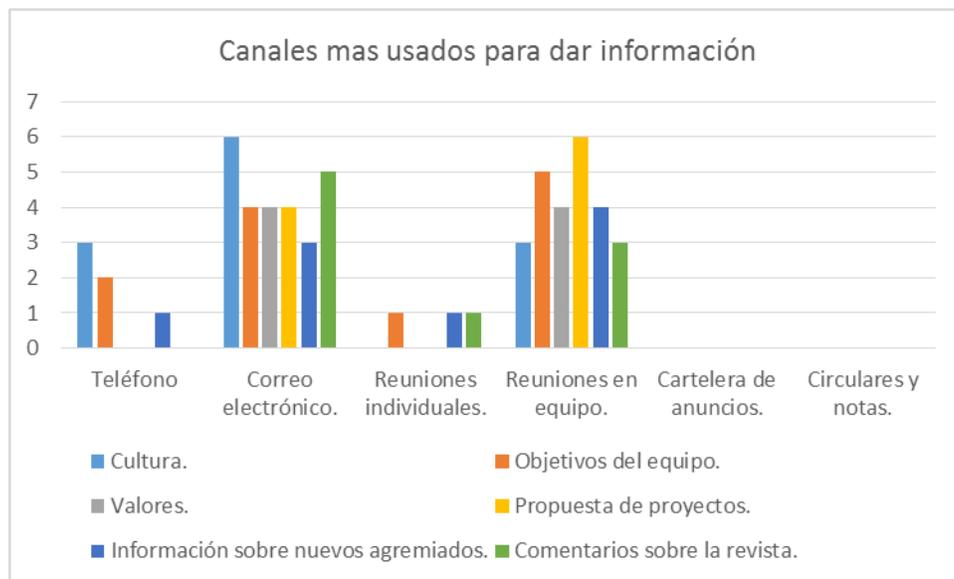


Fuente: Elaboración propia del e pesista.

Análisis: La población encuestada valorizo el listado de los diferentes canales de comunicación utilizadas por IGAE, dichos datos arrojaron información contradictoria a las respuestas de la pregunta anterior. Por ejemplo. Colocaban al E-mail como la herramienta principal para la transmisión de información, pero en la valorización apenas la media está de acuerdo con que el uso de esta es adecuado. Y solo una unidad estadística la considera como de uso efectivo. Anterior mente se mencionó que las tres herramientas principales en cuestión de uso fueron (E-mail, reuniones y llamadas) pero ninguna de ellas, en el punto de vista grupal, llega a ser considerada como de uso efectivo.

3. ¿Cuáles son los canales más habituales que emplea para trasladar los siguientes tipos de información a su equipo? Puede marcar más de uno.

	Teléfono	Correo electrónico.	Reuniones individuales.	Reuniones en equipo.	Cartelera de anuncios.	Circulares y notas.
Cultura.	3	6		3		
Objetivos del equipo.	2	4	1	5		
Valores.		4		4		
Propuesta de proyectos.		4		6		
Información sobre nuevos agremiados.	1	3	1	4		
Comentarios sobre la revista.		5	1	3		

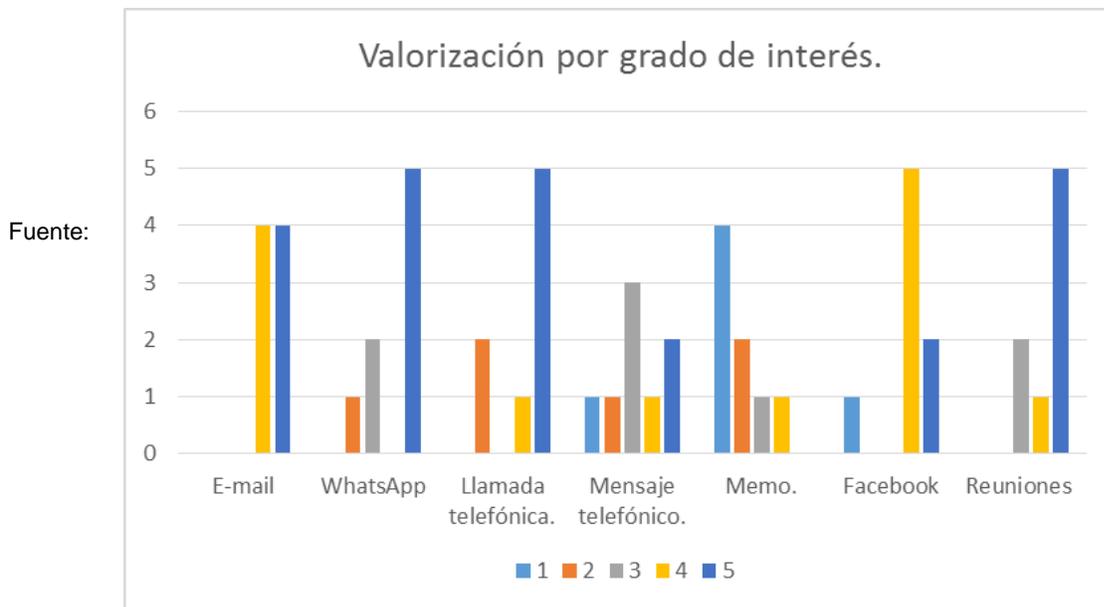


Fuente: Elaboración propia del e pesista.

Análisis: Aquí se observa que el canal más habitual al momento de utilizarlo para transmitir información sobre algo en especial, sobresale las reuniones en equipo. (Reunión de junta directiva) continuándole el correo el electrónico. En este punto la media no toma en cuenta como parte de los canales tal como en los dos casos anteriores a las llamadas telefónicas.

4. Por favor, valore del 1 al 5, siendo 1 la puntuación mínima y 5 la máxima, el grado de interés que tiene para usted las siguientes herramientas de comunicación.

	1	2	3	4	5
E-mail				4	4
WhatsApp		1	2		5
Llamada telefónica.		2		1	5
Mensaje telefónico.	1	1	3	1	2
Memo.	4	2	1	1	
Facebook	1			5	2
Reuniones			2	1	5



Elaboración propia del e pesista.

Análisis: En este punto se mantiene la preferencia por los Canales utilizados hasta ahora, pero se da una variante y es el descubrimiento de la preferencia, a manera personal sobre el uso de dos canales que no son usados actualmente, tal es el caso de (Facebook y WhatsApp) arriba de la media se observa que el uso de estos canales podrían llegar a ser de mayor preferencia y con un mejor uso para la aplicación de la comunicación interna de IGAE.

5. En general, ¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto a la comunicación empleada por IGAE?

Nada satisfecho	Poco satisfecho	satisfecho	Bastante satisfecho	Muy satisfecho
	5	1	2	

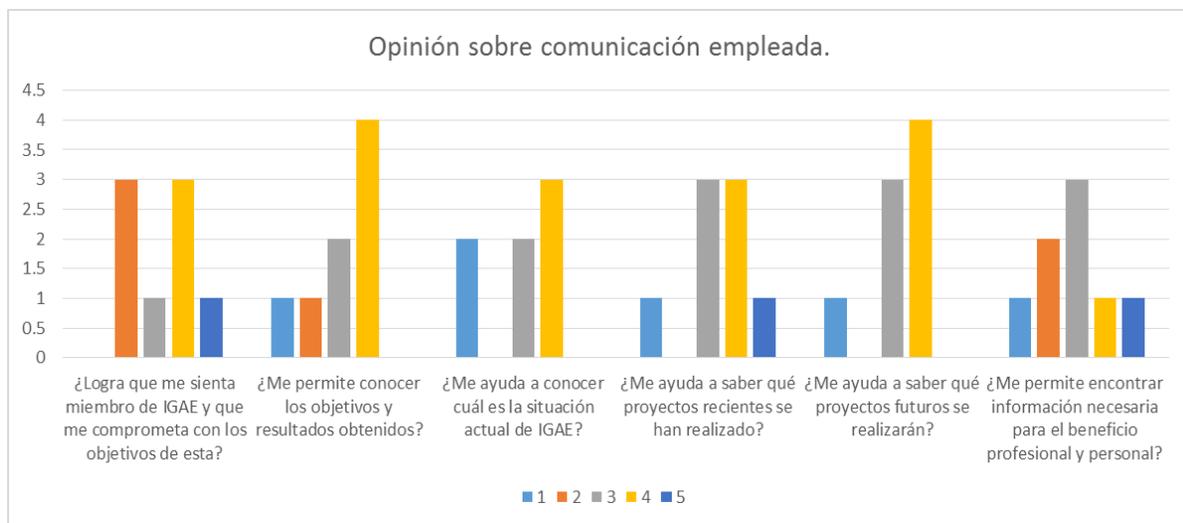


Fuente: Elaboración propia del e pesista.

Análisis: Con los datos anteriores podemos observar que los tres canales principales utilizados en la institución no son satisfactorios para más de la mitad de los encuestados, esto confirma que los dos nuevos canales de interés, descubiertos en la pregunta anterior, podrían ser los que den ese cambio en satisfacción y en el mayor uso para el beneficio de la comunicación interna de la institución.

6. En el siguiente bloque de preguntas se le pide su opinión sobre la comunicación llevada a cabo por IGAE. Por favor, valore del 1 al 5, siendo 1 la puntuación mínima y 5 la máxima.

	1	2	3	4	5
¿Logra que me sienta miembro de IGAE y que me comprometa con los objetivos de esta?		3	1	3	1
¿Me permite conocer los objetivos y resultados obtenidos?	1	1	2	4	
¿Me ayuda a conocer cuál es la situación actual de IGAE?	2		2	3	
¿Me ayuda a saber qué proyectos recientes se han realizado?	1		3	3	1
¿Me ayuda a saber qué proyectos futuros se realizarán?	1		3	4	
¿Me permite encontrar información necesaria para el beneficio profesional y personal?	1	2	3	1	1

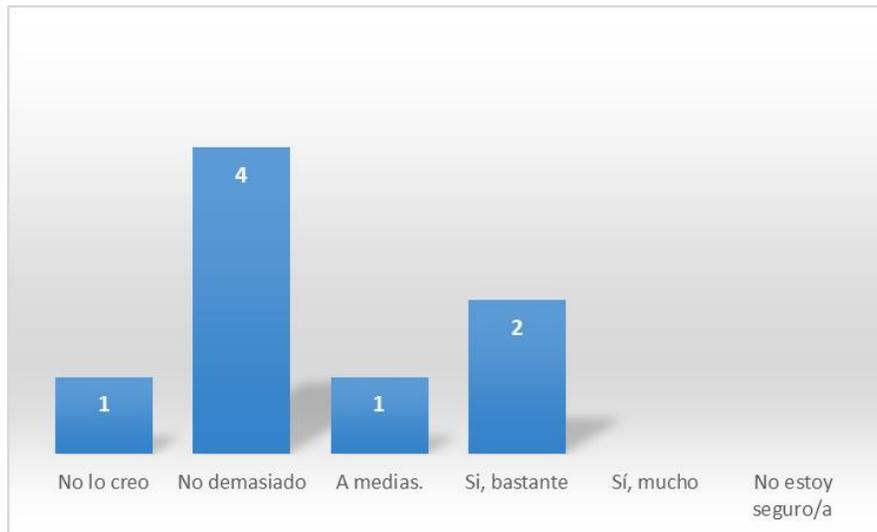


Fuente: Elaboración propia del e pesista.

Análisis: El no tener una satisfacción correcta, en el uso de los canales de comunicación se puede sustentar en esta sección. La cual permite observar que la mayoría se mantiene en una puntuación de 3, podría llamarse la media. Pero no logra llegar a la puntuación máxima de 5.

7. ¿Cree que la comunicación empleada por IGAE favorece a que los miembros conozcan los valores de la misma?

No lo creo	No demasiado	A medias.	Si, bastante	Sí, mucho	No estoy seguro/a
1	4	1	2		



Fuente: Elaboración propia del e pesista.

Análisis: La mala percepción interna sobre la comunicación por parte de los integrantes de Junta directiva, se refleja en las percepciones de los mismos hacia como creen que la comunicación es percibida por el público externo (G.O) de la institución.

8. ¿Por qué?

Esta pregunta es de tipo “abierta” y se pudo comprobar que solo 6 de 8 de la población total quiso responder. Las respuestas son las siguientes.

1. No ha habido compromiso verdadero.
2. No se han utilizado medios y seguimiento adecuado.
3. No hay esfuerzo consistente y consiente en la comunicación.
4. Poca información.
5. No se tiene un responsable para llevar a cabo la actividad.
6. No está llegando al grupo objetivo y muy poco interés.

9. Si ha contestado “no” o “no demasiado” en la pregunta anterior: ¿a qué cree que se debe esto? Por favor marque todas las opciones que considere oportunas.

Cantidad de personas.	Causa.
1	Falta una definición clara de los valores.
5	Falta de un procedimiento claro.
1	Desconocimiento de las publicaciones.
3	Falta de tiempo en general.

Análisis: La falta de procedimiento y de tiempo, son consideradas por la junta directiva como razón por la cual creen que el G.O esta siendo afectado por el mal uso de la comunicación hacia ellos.

10. Por favor valore la manera en que se establece la comunicación en IGAE, tanto entre compañeros de la Junta Directiva, como entre los agremiados, a la hora de llevar a cabo el objetivo comunicacional.

	1	2	3	4	5
¿La comunicación es efectiva?		1	5	1	1
¿Sabe a quién se tiene que dirigir para aclarar alguna duda?			2	3	3
¿Fluye adecuadamente la información?		1	5	2	
¿Considera que hay suficiente dialogo?		1	4	2	1

Análisis: La valoración en cuando al lograr los objetivos comunicacionales de la institución se mantiene en la media al momento de calificar, confirmando así los resultados anteriores y los cuales hablan de un problema serio de comunicación.

(\*) Si desea realizar algún comentario en cuanto a la comunicación y las herramientas aplicadas por IGAE hágalo a continuación.

1. Es muy moderada la comunicación, se debe ser más eficaz.
2. Se debe tener a una persona responsable de la comunicación para que mejore la misma.
3. Hay fallos a pesar de la buena voluntad al querer trabajar en el área de la comunicación.
4. Se debe de obtener mejoras en comunicación, dar más información y lograr un contacto directo.
5. Es necesario el uso de medios que ofrece la tecnología.
6. Se debe tener un correo institucional, ser más frecuente al utilizarlo y buscar una sede formal para la institución.

La opción (\*) da la conclusión exacta sobre el análisis percibido en cada uno de las preguntas realizadas, se descubre que la comunicación interna de la institución IGAE, actualmente pasa por una deficiente aplicación y percepción afectiva entre los integrantes y el G.O del mismo. Es necesario cambiar los canales de comunicación que utiliza y reestructurar el orden en su aplicación y dar seguimiento a las mismas, para tener una evaluación periódica y así realizar cambios pertinentes para su efectiva aplicación.

### 1.4.3. Entrevista.

#### 1.4.3.1. Ficha de entrevista.

Nombre:	Edad.	Cargo.
1. Lic. Rolando de Jesús Oliva.	66 años	Presidente.
2. Lic. Edwin Rafael Méndez Tello.	51 años	Vicepresidente.
3. Lic. Mynor Morales	56 años	Secretario general.

La finalidad de esta entrevista es la recopilación de información para descubrir las fortalezas y oportunidades que cuenta IGAE. La entrevista se llevó a cabo con los licenciados Rolando Oliva, Rafael Tello y Mynor Morales. Manifestaron que ellos son parte de la junta directiva y de los fundadores originales de IGAE. Esta entrevista se realizó el día 20 de febrero, a las 10:00 am. Con una duración aproximada de 30 minutos. Proporcionando información clara y concisa.

Como se mencionó con anterioridad el objetivo de la entrevista es la detección de fortalezas y oportunidades de la institución, tanto de manera interna como externa. Así mismo el descubrir si es efectiva la comunicación utilizada por los mismos. Junto con la encuesta y la observación ya se tenía un punto de vista previo para el comprender mejor las respuestas de esta entrevista. Y poder conocer el punto de vista de los involucrados y poder obtener un punto de vista más amplio y concreto.

#### 1.4.3.2. Resultado de la Entrevista.

Fue muy satisfactoria la realización de la entrevista, ya que la fuente de información fue la más fiel y directa que se podía obtener, ya que ellos comprendían y saben exactamente como se encontraba la situación actual de la institución en cuanto a la comunicación interna.

Los entrevistados comentan que reconocen que han tenido fallos en la aplicación de la comunicación, pero comprenden que tienen muchos factores a favor para que esta situación mejore, tal es el caso de: mencionan que la Misión y Visión, actual mente es más variada, más amplia, que ha logrado cumplir con los objetivos propuestos desde el inicio y que conforme avanza el tiempo han crecido y mejorado en el cumplimiento de los mismos.

En el caso de los objetivos planteados por la institución se han cumplido con una cierta y marcada variación al momento de aplicarlos, es decir, entre sus objetivos tienen el contexto en el que se presentan ante el Público objetivo de los mismos. Para entender más este punto, ellos explicaban por medio de porcentajes como trabajan cada uno de sus ejes de trabajo. En la tabla que se presenta a continuación se explica mejor lo antes mencionado.

Eje de trabajo.	% de trabajo realizado.
Académico.	45%
Cultural.	35%
Social.	15%
Deportivo.	5%

Estos datos los sustentan, con la explicación que IGAE es una entidad a favor del crecimiento profesional y personal de sus agremiados. Y que creen en el reforzamiento académico, esto para mejorar la calidad de vida de los guatemaltecos.

En el área de la segmentación, explicaban la expansión de la misma, ya que originalmente se enfocaban solamente en profesionales graduados a nivel universitario. Pero que en el transcurso del tiempo han descubierto que hay más segmentos que necesitan de un apoyo académico, social, cultural y deportivo. Por este motivo actualmente ellos se enfocan en los siguientes segmentos.

Público objetivo Real.	Público objetivo Potencial.
<b>Hombres y Mujeres.</b>	<b>Hombres y Mujeres.</b>
De 29 años a más.	De 17 años a más.
Nivel medio y medio alto.	Nivel medio y medio alto.
Educación:	Educación:
Profesionales graduados.	Universitarios.
	Micro empresarios.
	Estudiantes de diversificado.

#### 1.4.3.3. Ficha de entrevista.

Nombre:	Edad.	Cargo.
Lic. Byron Claudio	45 años	Asesor externo.

La entrevista realizada con el Licenciado Byron Claudio, fue con la finalidad de obtener un punto de vista externo, alguien que no está 100% con la institución, sino de alguien que la conoce y puede proporcionar una variación en la información sobre sus fortalezas y oportunidades.

Esta entrevista se realizó el día 17 y 24 de febrero, a las 2:00 pm Con una duración aproximada de 30 minutos. Proporcionando información y un punto de vista externo.

#### 1.4.3.4. Resultado de la Entrevista.

Los comentarios que proporciono el Lic. Byron Claudio, fueron de suma importancia, ya que confirmaban que IGAE tiene un potencial muy grande para lograr crecer en el ámbito comunicacional. Mencionaba el poder que tenía cada uno de los miembros de la Junta Directiva. El poder de tener contactos con personas que se relacionan en el ámbito político, económico, comercial del país. Cada quien con su experiencia (docencia, administrativa, Capacitaciones, etc.)

Pueden lograr una gran estructura de trabajo y junto con ella, al crear un plan de comunicación efectivo, tanto para el área interna como externa de IGAE. Lograrían incrementar desde la percepción de los miembros de Junta Directiva, agremiados, estudiantes de diversificado, micro empresarios, etc.

Explicaba que el conocimiento que poseen junto a la experiencia laboral de cada uno de ellos, podrían realizar actividades que fortalecerían a cada uno de sus ejes de trabajo. Logrando llamar la atención de las personas e interesándose en pertenecer al gremio, o participar en las actividades que se realicen.

#### **1.4.3.5. Tablas comparativas puntos de encuentro y diseños entre entrevistados.**

No se pudo lograr el obtener más entrevistados, por razones de tiempo, o distancia. Por tal razón se concluye en que las 4 personas entrevistadas, coinciden en que la existencia de un plan comunicacional interno y externo sería de gran ayuda para el incremento del prestigio del gremio de Administradores de Empresas Guatemaltecos. Con esto poder llegar a más personas e incrementar la cantidad de agremiados de IGAE.

Hay que mencionar que la Junta directiva está dispuesta a implementar una nueva estrategia de comunicación, que le ayuden a mejorar y tener una interacción más confiable y con más sentido de pertenencia.

## **1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN.**

### ***FODA.***

#### **1.5.1. Fuerzas de IGAE.**

- Cuentan con un experto en publicidad dentro de la Junta Directiva.
- Contactos con diferentes personas importantes del país.
- Experiencia en capacitaciones y foros.
- Cuenta con página de Facebook
- Cuenta con página web

#### **1.5.2. Oportunidades de IGAE.**

- Mejorar la calidad comunicacional. Interna y Externa.
- Crear papelería institucional acorde a la entidad.
- Crear una imagen fresca de la entidad para obtener el interés de los agremiados.
- Cuenta con una base de datos de los agremiados a los cuales se le puede enviar publicidad.

#### **1.5.3. Debilidades de IGAE.**

- No cuentan con papelería institucional.
- No existe un plan de trabajo comunicacional.
- Poco tiempo en la aplicación de actividades.
- No hay un encargado del departamento de comunicación.
- No existe un plan de seguimiento para los agremiados.
- Ineficiente el uso de las redes sociales.
- Poco enriquecimiento de la página Web.
- No cuentan con una base de datos actualizada.
- No existe una interacción entre los agremiados y la institución.

#### **1.5.4. Amenazas de IGAE.**

- Desinterés de los agremiados.
- Poco interés de público potencial
- Poco conocimiento del público sobre la entidad.
- No contar con una sede oficial.
- No cuenta con una imagen institucional.

## **CAPÍTULO II**

### **2. PLAN COMUNICACIONAL.**

#### **2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES.**

En el año 2010 inician las operaciones del Instituto Guatemalteco de Administradores de Empresas IGAE. Con una junta directiva de 12 miembros activos. Actualmente 2016. Dicha junta directiva está compuesta por 8 miembros. Y como dato relevante, se debe mencionar, que la mayoría de los integrantes, mencionan que se sienten poco satisfechos con la comunicación interna empleada por la institución.

IGAE como principal debilidad se puede mencionar que aún no cuentan con una sede. Con la falta de esta, no hay un lugar propio en el cual se puedan realizar reuniones, organizar actividades o la planificación adecuada y correcta de toda comunicación relevante que se presente de manera interna. Y por ende la poca efectividad de la información enviada para el público externo, como es el caso de los agremiados a la institución.

Como resultado de la falta de una sede propia, y de la utilización de espacios inadecuados para la realización de dichas reuniones, dio paso a la falta de interés por parte de los miembros para la creación de una imagen corporativa, la cual los represente como la primera institución de Administradores de Empresas de Guatemala.

El elemento inicial y básico de toda estrategia comunicacional es la construcción de una marca que identifique a la institución, esto más que solo mostrar una marca de la imagen IGAE, hacia el público, es la necesidad básica de la existencia, y posicionarse de manera permanente, en la mente del público objetivo (interno y externo), y así ser percibidos como la institución administrativa más reconocida a nivel nacional. A esto en resumen se le llaman Imagen Corporativa.

La papelería que se utiliza en la institución, en su mayoría, no cuenta con ningún elemento de imagen corporativa. Con lo único que cuentan es con el LOGO de la institución, el cual lo colocan en algunas ocasiones. En cuanto a las reuniones de IGAE. Se dan en espacios públicos, esto llega a causar distracciones de los miembros al momento de realizarse las reuniones.

IGAE está compuesto por profesionales en el área administrativa, pero con muy poca experiencia en el campo de la comunicación, y algunos miembros se encuentran desactualizados en la utilización de herramientas de comunicación actuales. (Digitales).

Dentro de la misión de IGAE se menciona que tienen como objetivo, “contribuir en la formación y actualización de los profesionales y estudiantes de la administración de empresas y carreras afines”, por tal motivo esto conlleva a la implementación de herramientas comunicacionales digitales, adecuadas al tipo de público objetivo al que se dirigen. Y esto hace necesario que la aplicación de comunicación digital, debe darse principalmente de manera interna, el uso adecuado y la efectiva ejecución de las mismas, podrán ser replicarlas con el grupo objetivo (externo)

Entre las herramientas de comunicación interna que utiliza IGAE. Desde que inició sus operaciones, se pueden mencionar:

- ✓ Email.
- ✓ Reuniones de junta directiva.
- ✓ Llamadas telefónicas.

La evaluación que cada uno de los integrantes de la junta directiva le otorga a las herramientas, está solo en la media de las opciones que se les planteo para la calificación de las mismas, ninguna de las herramientas logra tener por mayoría la calificación de USO EFECTIVO. En su mayoría, califican a estas tres herramientas como de USO ADECUADO.

Continuando con el tema de las herramientas comunicacionales, los miembros de la junta directiva, según el interés personal de cada uno de ellos, dan como resultado, el interés de las siguientes herramientas:

- ✓ Reuniones.
- ✓ WhatsApp.
- ✓ Facebook.
- ✓ Email.

EL “uso adecuado” de las herramientas de comunicación, y el interés por otros medios, dan como resultado que solo un miembro de la junta directiva, se sienta totalmente comprometido con los objetivos de la institución. Los miembros fundamentan sus percepciones, de la siguiente manera.

- ✓ No ha habido un compromiso verdadero.
- ✓ No se han utilizado los medios adecuados.
- ✓ Falta de un procedimiento claro.
- ✓ Poca fluidez de la información.

Al solicitarles a los miembros de la junta directiva, algún comentario sobre las herramientas de comunicación, aplicadas por IGAE, se puede observar, con mayor claridad, cuales son factores que causan la deficiente aplicación de las mismas, y como el uso de nuevas herramientas pueden ayudar a mejorar la comunicación interna.

- ✓ Es muy moderada la comunicación.
- ✓ Hay fallos a pesar de la buena voluntad al querer trabajar en el área de la comunicación.
- ✓ Lograr un contacto directo.
- ✓ Necesario el uso de medios que ofrece la tecnología.

Ellos comprenden la falta de compromiso que ha existido en el área de la comunicación, y su urgente intervención para mejorar y mostrar una mejor imagen, la cual obtenga un sentido de pertenencia dentro de los miembros y por ende lo percibirán los agremiados a IGAE.

## **2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.**

### **2.2.1 Objetivo General.**

Contribuir a la institución IGAE con la planificación, diseño y ejecución de estrategias comunicacionales internas, de interés para cada uno de los involucrados. Así obtener un impacto visual efectivo ante los miembros de la institución y el público en general.

### **2.2.2 Objetivos Específicos.**

- ✓ Incrementar la interacción del público con su marca, por medio de la aplicación de una imagen corporativa fresca, con elementos gráficos representativos de la misma.
- ✓ Proveer herramientas de comunicación interna adecuadas al interés general de los miembros de la institución.
- ✓ Con las estrategias de comunicación interna, obtener un impacto positivo en el grupo objetivo.
- ✓ Aumentar el sentido de pertenencia de los miembros de la junta directiva hacia la marca IGAE.

## **2.3 PÚBLICO OBJETIVO:**

### **Variables demográficas:**

- ✓ Nacionalidad: Guatemalteca
- ✓ Edad: Entre 32 y 66 años.
- ✓ Género: Masculino y femenino.
- ✓ Ocupación: Profesionales en el campo Administrativo y de comunicación.
- ✓ Profesión: Administradores de Empresas.
- ✓ Nivel socioeconómico: Medio-alto.

### **Variables Psicográficas (cualitativas)**

- Personalidad.

Personas con altos índices de orden, con claridad sobre lo que es correcto o incorrecto dentro de una sociedad, socialmente adaptables y dispuestos a lograr la mejora personal y la de los demás.

- Valores

Entre los valores que representan a los miembros de IGAE podemos mencionar, la honestidad, la dignidad y sobresale la dedicación al momento de realizar el trabajo que ellos se propongan. Personas que priorizan el asesoramiento y la orientación del público externos (agremiados) con esto poder ser reconocidas por su alta calidad profesional y social.

- Intereses

Incrementar el conocimiento académico y social y poder transmitirlo al público externo de la mejor calidad posible, siempre consientes del entorno socioeconómico, político y cultural que influye en el país. Con esto obtienen una clara visión sobre los objetivos y metas a alcanzar.

### **2.3.3. Público interno:**

Miembros de la junta directiva de IGAE.

### **2.3.4. Público externo:**

- ✓ Agremiados a IGAE.
- ✓ Profesionales en Administración de empresas.
- ✓ Empresarios.
- ✓ Público en general.

## **2.4 MENSAJE:**

### **2.4.1. Tipo de mensaje.**

El mensaje a utilizar será Escrito y visual. Utilizando elementos gráficos (impresos y digitales) con los cuales se lograra captar la atención de los receptores (IGAE).

### **2.4.2. Características del mensaje:**

- ✓ Entendible.
- ✓ Que impacte.
- ✓ Profesional.

### **2.4.3. Características del lenguaje.**

El tipo de lenguaje a utilizar para el envío de comunicación interna de la institución IGAE, será bajo 4 parámetros:

- ✓ Profesional.
- ✓ Culto.
- ✓ Preciso.
- ✓ Directo.

### **2.4.4. Tono.**

El mensaje maneja el tono de “Somos IGAE”

### **2.4.5. Canales de comunicación.**

- ✓ Material gráfico impreso.
- ✓ Comunicación social en línea.
- ✓ Volante digital.
- ✓ Diseño de mini revista informativa Bimestral.

## **2.5 ESTRATEGIA.**

### **2.5.1. Plan de comunicación interna.**

#### **2.5.2. Herramientas:**

##### **Diseño y ejecución física de la imagen corporativa.**

La imagen corporativa es la forma en que se percibe una compañía, es la imagen de lo que la compañía significa, mejorar la percepción que tiene la población (interna y externa) sobre la organización.

- Hoja Membretada.
- Tarjeta de presentación.
- Trifoliar
- Carpeta corporativa.<sup>3</sup>

##### **Diseño de página de Facebook (interna) de IGAE:**

Plataforma de comunicación digital que servirá para transmitir información interna de manera más rápida y eficaz, aprovechando el uso (común) efectivo entre los miembros de IGAE.

- Acceso restringido mediante clave.
- Archivos y documentos compartidos.
- Acceso a documentos de planificación, informes, reglamentos, itinerarios, etc.
- Vehículo de difusión y diálogo colectivo entre los miembros de IGAE.
- Mensajes que apunten al mejoramiento del clima organizacional.
- Elementos de la identidad corporativa de la organización, como el logotipo y los colores institucionales.
- Acceso a revista digital (interna)

## **Diseño de revista digital (interna)**

Su finalidad es tener al corriente al personal de manera bimestral, enfocándose en la vida de la organización, haciéndosela interesante y buscando activar un sentimiento de pertenencia.

- Informar sobre temas relacionados con la cultura de la organización.
- Presentación de logros obtenidos
- Recopilación sobre informes de actividades realizadas.
- Recopilación de información de futuras actividades.
- Presentación de fechas importantes (cumpleaños, premiaciones, reuniones programadas, etc.)

## 2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN (BOCETOS)

### 2.6.1. Estrategia: Imagen corporativa.

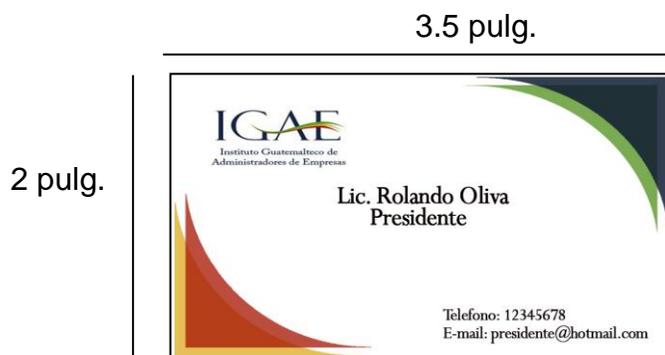
Objetivo comunicacional: Con el diseño y creación de la imagen corporativa de IGAE se busca darle solución a la falta de presencia visual, ante el grupo objetivo interno y externo, así lograr establecer una Identidad Corporativa fuerte, coherente y distintiva y comunicarla adecuadamente a sus públicos

**Hoja membretada:**  
Tamaño carta 11 x 8.5 pulg.



Fuente: E pesista Francisco Hernández (Imagen Corporativa IGAE - EPS 2016)

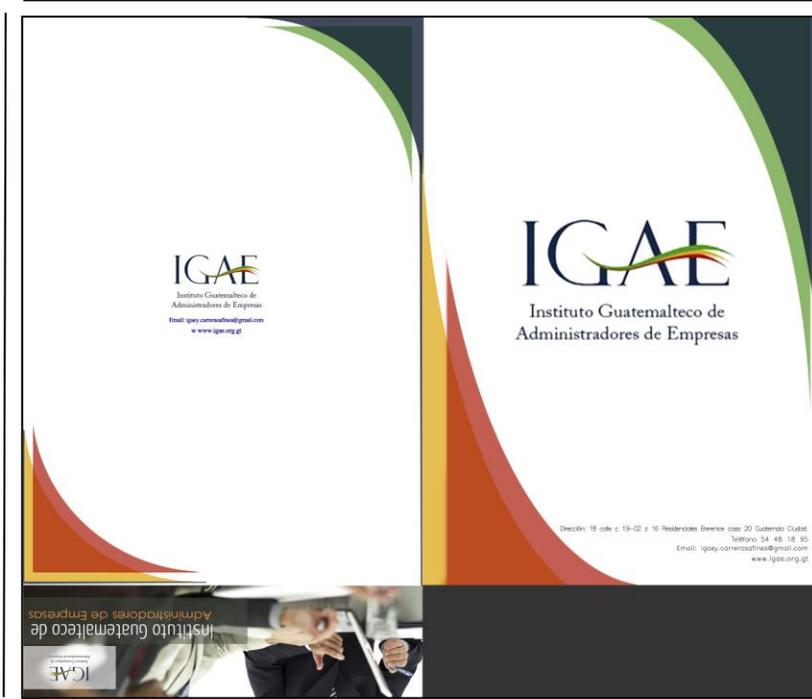
**Tarjeta de presentación:**



Fuente: E pesista Francisco Hernández (Imagen Corporativa IGAE - EPS 2016)

**Carpeta:** 17.5 pulg

11 pulg.



8.5 pulg.

**Fuente:** E pesista Francisco Hernández (Imagen Corporativa IGAE - EPS 2016)

**Trifoliar:**

13 pulg.

8.5 Pulg.



**Fuente:** E pesista Francisco Hernández (Imagen Corporativa IGAE - EPS 2016)

## 2.6.2. Estrategia: Página de Facebook (interna)

Objetivo comunicacional: Tener una herramienta de comunicación más efectiva e inmediata, con la cual puedan los miembros de junta directiva, tener acceso a información, documentos, etc. Y al mismo tiempo ser una herramienta efectiva para el aumento en el sentido de pertenencia entre sus miembros hacia la marca IGAE.

**URL: <https://www.facebook.com/igaeoliva.team>**

Público Objetivo:

- ✓ Junta directiva (8 miembros)
- ✓ Asesores Externos (2 miembros)

Público objetivo (potencial)

- ✓ Nueva junta directiva (sede occidente) IGAE Quetzaltenango.

Tiempo de publicación:

- ✓ Cada 2 días.

Temas a publicar:

- ✓ Temas de interés (nacional) economía, empresarial, político, etc.
- ✓ Temas de interés (internacional) economía, tecnología, etc.
- ✓ Información sobre eventos futuros.
- ✓ Publicación y felicitaciones por cumpleaños, foros, lanzamientos de revista, conferencias, etc.
- ✓ Publicación (digital) revista IGAE.
- ✓ Publicación de boletín informativo mensual
- ✓ Videos motivacionales.

Trafico:

Por medio de correo electrónico institucional se dará a conocer y distribuir la URL de la página de Facebook TEAM IGAE. A los miembros de la junta directiva.

# TEAM IGAE

Instituto Guatemalteco de  
Administradores de Empresas

TEAM IGAE

Inicio Buscar amigos

Team IGAE  
IGAE  
Instituto Guatemalteco de  
Administradores de Empresas

Igae Oliva

Actualizar información

Ver registro de actividad

Biografía Información Amigos Fotos Más

Igae, ¿de qué localidad eres?  
4/9 terminadas

No tengo una localidad natal

Escribe una ciudad

Público Solo yo

Omitir Guardar

Estado Foto/video Acontecimiento importante

¿Quieres compartir algo?

Amigos Publicar

Igae Oliva ha añadido 2 fotos nuevas.  
4 min

Chat

Fuente: E pesista Francisco Hernández (Pagina de Facebook interna IGAE - EPS 2016)



Fuente: E pesista Francisco Hernández (Pagina de Facebook interna IGAE - EPS 2016)



Fuente: E pesista Francisco Hernández (Pagina de Facebook interna IGAE - EPS 2016)

### **2.6.3. Estrategia: Creación de revista (digital)**

Periodicidad:

Una publicación por mes.

Directorio:

Director general: Lic. Rolando Oliva

Editor adjunto: Lic. Byron Claudio

Redactor: Francisco Hernández

Diseñador: Francisco Hernández

Secciones:

Resumen general de actividades del mes.

Sección educación.

Sección de difusión.

Sección de información.

Sección de comentarios. (Director general)

Distribución:

Atreves de la página de Facebook TEAM IGAE.

Formato:

Flipsnack.com

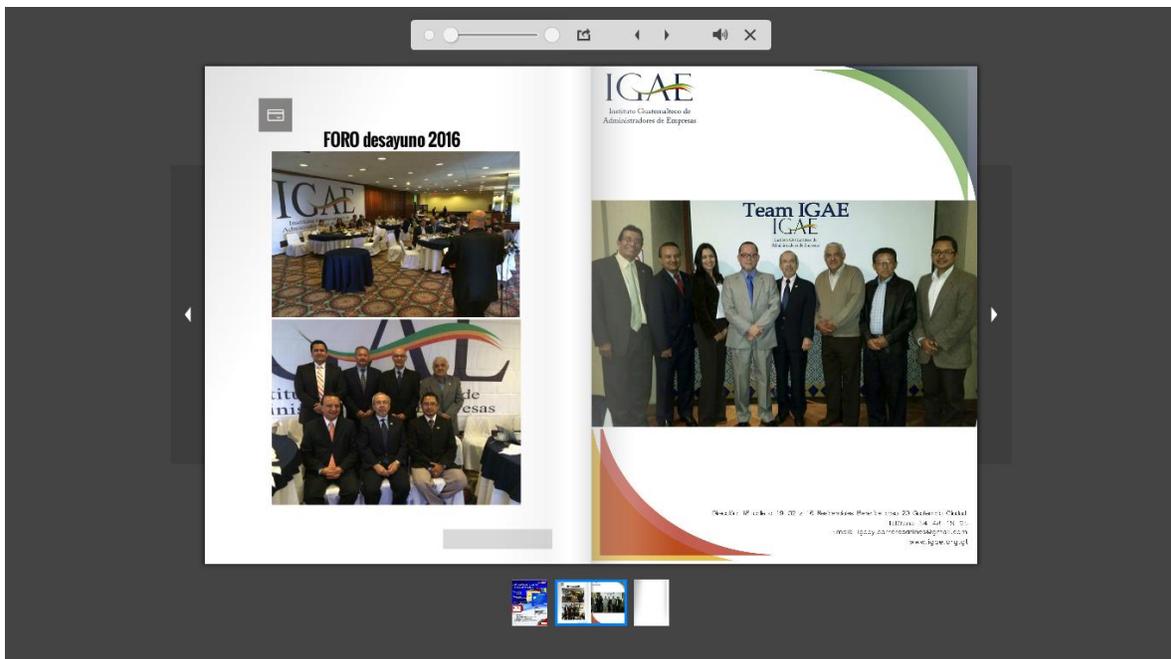
Lista de distribución:

Junta directiva (8 miembros)

Asesores Externos (2 miembros)



Fuente: E peستا Francisco Hernández (Revista digital IGAE - EPS 2016)



Fuente: E peستا Francisco Hernández (Revista digital IGAE - EPS 2016)

## **CAPITULO III**

### **3. INFORME DE EJECUCIÓN.**

#### **3.1. PROYECTO DESARROLLADO**

#### **“CAMPAÑA DE IMAGEN INTITUCIONAL INTERNA PARA EL INSTITUTO GUATEMALTECO DE ADMINISTRADORES DE EMPRESAS IGAE.”**

##### **3.1.1. Financiamiento.**

\*El financiamiento por parte de la institución (IGAE) se mantuvo.

\*En cuestión de gasto por parte del E pesista cambio, en el punto de las hojas membretadas, ya que solo se gastó en la compra de una resma de hojas. Q40.00 Y para las impresiones de las mismas se obtuvo una donación por parte una persona ajena a la institución.

### 3.1.2. Presupuesto invertido.

\*Gastos que variaron al momento de la aplicación.

## Informe.

# Presupuesto invertido.

Encargado: Francisco Hernández.      AUTORIZADO POR: Instituto Guatemalteco de Administradores de Empresas IGAE.  
DEPARTAMENTO: Comunicación.  
LA SEMANA FINALIZA EL: 22/07/2016  
Cantidad invertida: Q4,540.00

Cantidad.	Descripción.	Precio unitario.	Total.	Financiamiento.
100	Carpetas.	Q18.50	Q1,850.00	Institución.
250	Bifoliales	Q7.00	Q1,750.00	Institución.
400	Tarjetas de presentación.	Q0.75	Q300.00	Institución
Cantidad.	Descripción.	Precio unitario.	Total.	Financiamiento.
200	Hojas membretadas.	Q0.00	*Q40.00	Epesista.
1	Logotipo	Q400.00	Q400.00	Epesista.
1	Hoja membretada	Q100.00	Q100.00	Epesista.
1	Tarjeta de presentación	Q100.00	Q100.00	Epesista.
1	Creación de fanpage en Facebook	Q0.00	Q0.00	Epesista.
1	Creación de Afiches Publicitarios.	Q0.00	Q0.00	Epesista.
1	Servicio de diseño gráfico profesional	Q0.00	Q0.00	Epesista.
Total del proyecto.....			Q4,540.00	

Financiamiento.	Monto.
Institución	Q3,900.00
Epesista	*Q640.00
Total	Q4,540.00

Fuente: E pesista Francisco Hernández (Informe de presupuesto - EPS 2016)

### **3.1.3. Beneficiarios.**

Los beneficiados en la aplicación de la estrategia comunicacional en la institución IGAE se puede dividir en tres partes.

a. Licenciado Lic. Oliva Alonzo:

Con estas estrategias mejora la imagen de la institución, se obtiene una imagen institucional formal ante los miembros de la junta directiva, agremiados y público en general.

b. Miembros de la junta directiva:

Con la aplicación de la página de Facebook podrán sentirse como una parte fundamental e irremplazable de IGAE. Y además podrán tener conocimiento de actividades de interés profesional.

c. Mi persona:

Con el diagnóstico, creación del plan comunicacional y la aplicación del mismo, logre poner en práctica los conocimientos adquiridos durante el año de EPS. Y confirme la importancia en la aplicación de estrategias comunicacionales para el mejoramiento interno o externo de una institución.

### 3.1.4. Recursos Humanos.

Personal	Puesto	Actividad.
Miembros de la junta directiva.	Vocales, secretaria, contador y vicepresidente.	Reunión para proporcionar información sobre cuáles son los objetivos que poseen como grupo y que proyectan a las personas.
Lic. Oliva Alonzo	Presidente de Junta directiva de IGAE	*Recepción y análisis de artes gráficos.
		*Envío de información y fotografías para la página de Facebook de IGAE
		*Acceso a información sobre la institución IGAE
		*Inversión económica para impresión de material gráfico.

Fuente: E pesista Francisco Hernández (Informe de recursos humanos - EPS 2016)

### 3.1.5. Área geográfica de Acción.

Por falta de una Sede propia. La ejecución del plan comunicacional no se realizó en un área geográfica, por este motivo solo se trabajó estrategias que pueden ser utilizadas de manera digital o impresa.

## **3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS.**

### **3.2.1. Primera estrategia Desarrollada: (Implementación de Imagen corporativa)**

### **3.2.2. Objetivo comunicacional.**

Incrementar la interacción del público con su marca, por medio de la aplicación de una imagen corporativa fresca, con elementos gráficos representativos de la misma.

### **3.2.3. Descripción.**

Se creó la Papelería Corporativa de la institución IGAE para poder identificar a la misma, y al mismo tiempo utilizarla como una herramienta de marketing efectiva, con esta se buscó mostrar el nivel de profesionalismo administrativo ante los agremiados y el público en general.

Con esta papelería corporativa se logró presentar de manera positiva la evolución de IGAE y crear confianza entre los involucrados de la misma. Con dicha papelería se dejara una impresión duradera en cada uno de los agremiados, ya que se trata del rostro de IGAE.

Una papelería corporativa logra mostrarse con valores y vínculos fuertes con las personas involucradas, y diferenciarse a nivel empresarial, destacándose entre las demás entidades administrativas guatemaltecas.

### 3.2.4. Acciones desarrolladas.

#### a. Reunión con junta directiva IGAE:

Reuniones con los integrantes de junta directiva de IGAE para recabar información, sobre cuáles son los objetivos de la institución y cuál es la imagen que ellos desean proyectar a su grupo objetivo.



Fuente: E pesista Francisco Hernández - EPS 2016  
Reunión con junta directiva (recolección de datos cuantitativos)



Fuente: E pesista Francisco Hernández - EPS 2016  
Reunión con junta directiva (recolección de datos cualitativos) y explicación del plan de comunicación a ejecutar.



Fuente: E pesista Francisco Hernández - EPS 2016  
Reunión con junta directiva (recolección de datos cualitativos) y Presentación de bocetos.



Fuente: E pesista Francisco Hernández - EPS 2016  
Reunión con junta directiva (recolección de datos cualitativos) y Presentación de plan comunicacional.



Fuente: E pesista Francisco Hernández - EPS 2016  
Reunión con junta directiva (recolección de datos cualitativos) y Presentación de plan comunicacional.

b. Análisis de logotipo:

Se analizó el logotipo (color, figura geométrica, Tipografía) para tomar la referencia respectiva y tomar cada elemento para aplicarlo en la papelería corporativa.



c. Análisis de psicología del color:

Tomando en cuenta la psicología del color se busca resaltar y crear posicionamiento en base al color. Y con estos colores resaltar características que tienen relación directa con las bases de la institución IGAE.

Color.	Inspira.
<b>Rojo</b>	Valor, pasión, poder.
<b>Verde</b>	Crecimiento, renovación, seguridad.
<b>Amarillo</b>	Optimismo, Hospitalidad, creatividad.

d. Análisis de Psicología de la geometría Aplicada al diseño de logos:

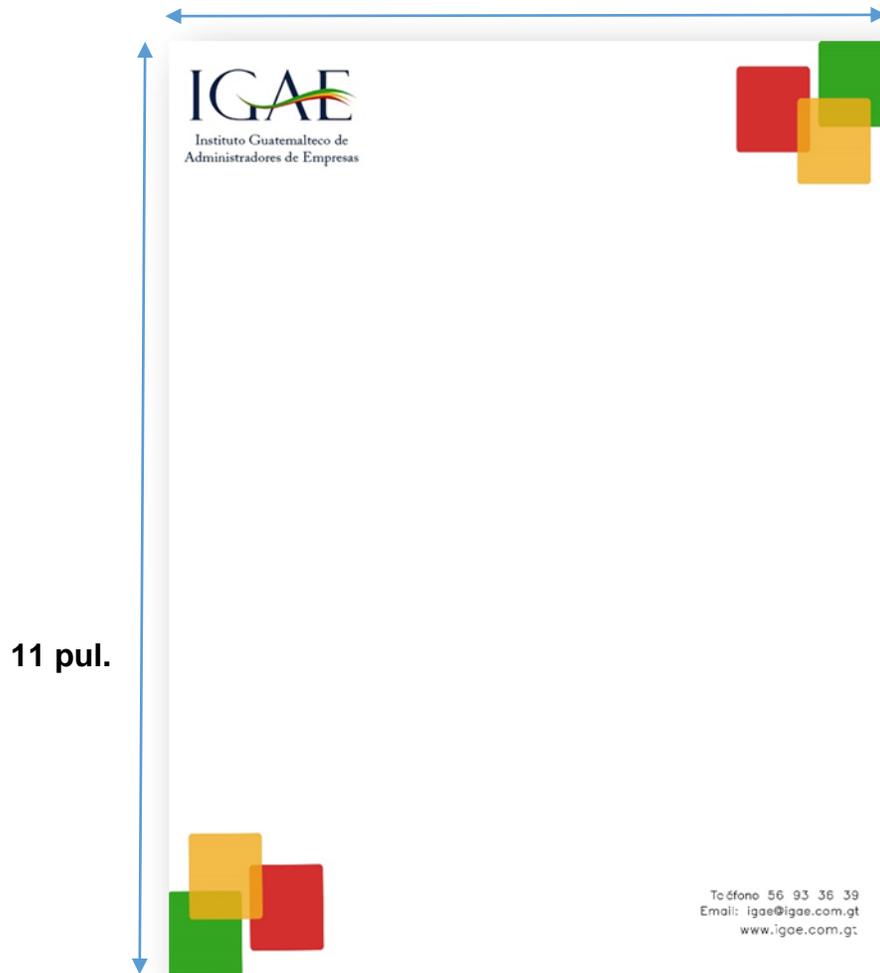
Se buscó una figura geométrica en específico para que tuviera relación estrecha con los colores (con respecto a los valores de IGAE) y así poder expresarlo en la papelería corporativa.

Figura.	Inspira.
El cuadrado	El cuadrado es la forma más natural de representar la estabilidad. En el diseño de logotipos, las figuras de cuatro lados muestran algo que es real y sólido. Es ideal para representar algo que es franco y fortificado.

### 3.2.5. Imágenes. (ARTE FINAL)

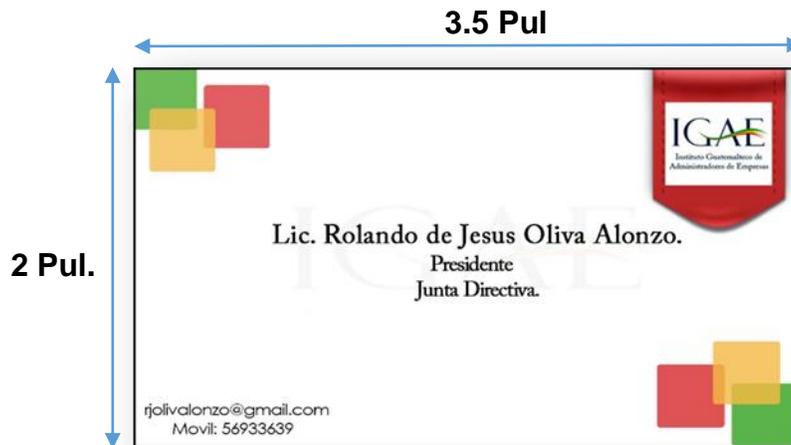
Hoja membretada. (Tamaño carta)

8.5 pul.



Fuente: E pesista Francisco Hernández (Diseño final de la Imagen Corporativa IGAE - EPS 2016)

## Tarjeta de presentación.



Fuente: E pesista Francisco Hernández (Diseño final de la Imagen Corporativa IGAE - EPS 2016)

## Carpeta.



Fuente: E pesista Francisco Hernández (Diseño final de la Imagen Corporativa IGAE - EPS 2016)

**14 Pul. Bifoliar (tarifario IGAE revista)**

**IGAE**  
El Instituto Guatemalteco de Administradores de Empresas es una institución gremial, conformada por estudiantes con pensum cerrado, profesionales [Licenciados, Maestros y Doctores] en diversas especialidades del saber humano, relacionadas con la Administración.

**IGAE Revista**  
Es el órgano divulgativo del IGAE, que presenta y discute temas de interés en áreas como: gestión de recursos humanos, operaciones, mercadeo, métodos cuantitativos, finanzas y medio ambiente.

**CONTENIDO**  
De manera prioritaria se abordan temas relacionados con la Producción de bienes y servicios, Finanzas, Gestión del talento humano, Mercadotecnia, Medio ambiente, Economía, Educación y otros de interés y actualidad, que puedan contribuir a la formación y actualización profesional de los lectores.

**Contacto:**

- ☎ Lic. Rolando Oliva  
Teléfono: 56 93 36 39
- ☎ Lic. José L. Girón Gaitán  
Teléfono: 57 08 97 84

**Redes Sociales**

- IGAE  
[www.igae.com.gt](http://www.igae.com.gt)
- facebook.com/igae.org.gt
- IGAE revista  
[www.igae@igae.com.gt](mailto:www.igae@igae.com.gt)



**IGAE Revista**

**Tarifario 2016**

**8.5 Pul.**

Fuente: E pesista Francisco Hernández (Diseño final de la Imagen Corporativa IGAE - EPS 2016)

**14 Pul.**



<p>Tamaño 8.5" x 11" * 0.125" de exceso.</p> <p>*Página a todo color, en espacio preferencial (Portada, contraportada, contraportadas internas, páginas 3 y 5)</p>	Frecuencia Una	Inversión Q. 7,175.70
<p>Tamaño 8.5" x 11" * 0.125" de exceso.</p> <p>*Página estándar, a todo color.</p>	Frecuencia Una	Inversión Q. 6,542.55
<p>Tamaño 8.5" x 5.5" * 0.125" de exceso.</p> <p>* Media página, horizontal o vertical, en página estándar.</p>	Frecuencia Una	Inversión Q. 3,200.00
<p>Tamaño 8.5" x 1.881" * 0.125" de exceso.</p> <p>* Cintillo en portada. * Cintillo en páginas interiores estándar.</p>	Frecuencia Una Una	Inversión Q. 2,427.08 Q. 1,477.55

**ARTE Y DISEÑO**

El arte deberá ser entregado en formato digital, mas una prueba impresa a color o un archivo .JPG o TIF.

Los formatos aceptados serán en alta resolución (no menos de 300 dpi, CMYK) .JPG, TIF o PDF. Es necesario considerar un exceso en el diseño de 1/4 de pulgada para fondos o elementos "volados" o fuera de corte. Se recomienda que los textos o elementos en el área de impresión estén dentro de un margen de 0.25 de pulgada.

**TIRAJE Y DISTRIBUCIÓN**

Dos mil ejemplares, los cuales se distribuyen gratuitamente entre profesionales de las ciencias económicas, fundamentalmente entre Administradores de Empresas, de las diferentes universidades del país, tanto de la ciudad capital como del interior del país. También se entregan ejemplares en las principales ministerios e instituciones vinculadas al quehacer de las ciencias económicas. Asimismo se hacen llegar ejemplares de IGAE Revista a bancos del sistema, embajadas acreditadas en el país y organismos internacionales.

**DEL MATERIAL QUE SE PUBLICA**

El material que se publica en IGAE Revista es solicitado expresamente por el Consejo Editorial a expertos en las diferentes ramas del saber. Además de los contenidos vinculados a la formación profesional de un Administrador de Empresas, se incluyen temas de actualidad e interés para los lectores, que pueden contribuir a su formación y actualización profesional, partiendo de que dicho profesional para ejercer sus funciones debe tener conocimientos básicos de otras ramas del conocimiento como el medio ambiente, la economía, la educación, la legislación y la historia.

**VISITA LAS REDES SOCIALES DEL IGAE**

Te invitamos a que conozcas más sobre el Instituto Guatemalteco de Administradores de Empresas visitando su página web, buscándonos en facebook y comunicándote a nuestro correo electrónico.

**8.5 Pul.**

Fuente: E pesista Francisco Hernández (Diseño final de la Imagen Corporativa IGAE - EPS 2016)

### **3.3. SEGUNDA ESTRATEGIA DESARROLLADA (TEAM IGAE)**

#### **3.3.1. Objetivo comunicacional:**

Crear un espacio propio y seguro en la que todos los miembros de la junta directiva puedan participar y utilizarla como su propio medio de comunicación, la principal finalidad en esta aplicación de red social, es la de motivar al trabajo en equipo y aumentar el sentimiento de pertenencia por parte de los miembros de la junta directiva ante la marca IGAE.

Con Team IGAE se logra tener una comunicación interna más efectiva, rápida. Así también gestionar documentos, actividades o información de interés para la institución.

Socialmente lograr una interacción adecuada y fluida para lograr así obtener un incremento en la productividad de IGAE.

#### **3.3.2. Descripción:**

La página de Facebook Team IGAE busco la motivación del trabajo en equipo, por medio de imágenes y mensajes que fomenten e incentiven a cada uno de los miembros de Team IGAE para obtener una mayor eficiencia en el trabajo en equipo y con esto lograr una colaboración entre los miembros de la junta directiva.

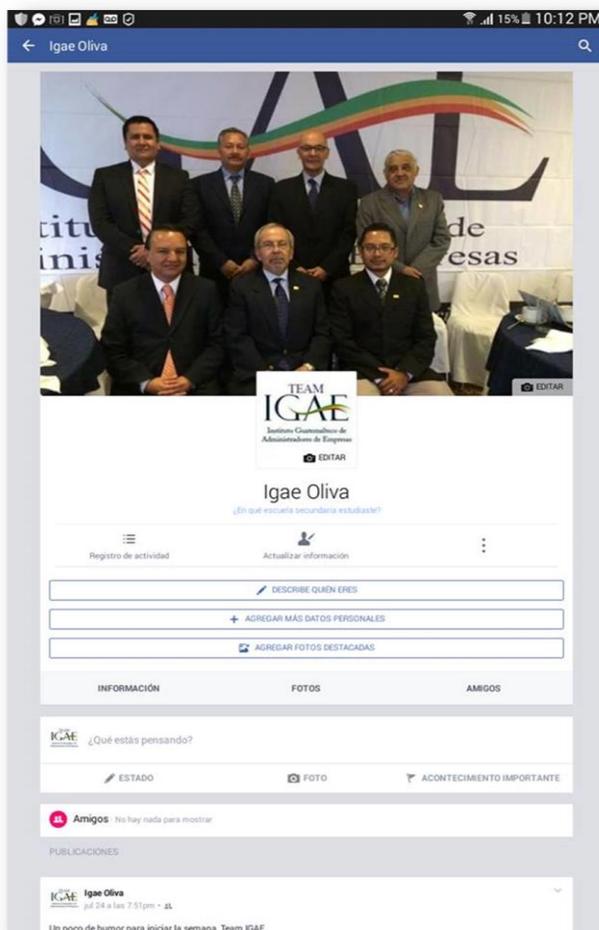
La aplicación de esta red social Team IGAE mejora la productividad de los empleados, motivándolos y fidelizándolos con el concepto IGAE.

Por la falta de una sede propia, esta herramienta es una manera de acercarse a pesar de la distancia y lograr la reducción de los esfuerzos dedicados a la gestión de la información.

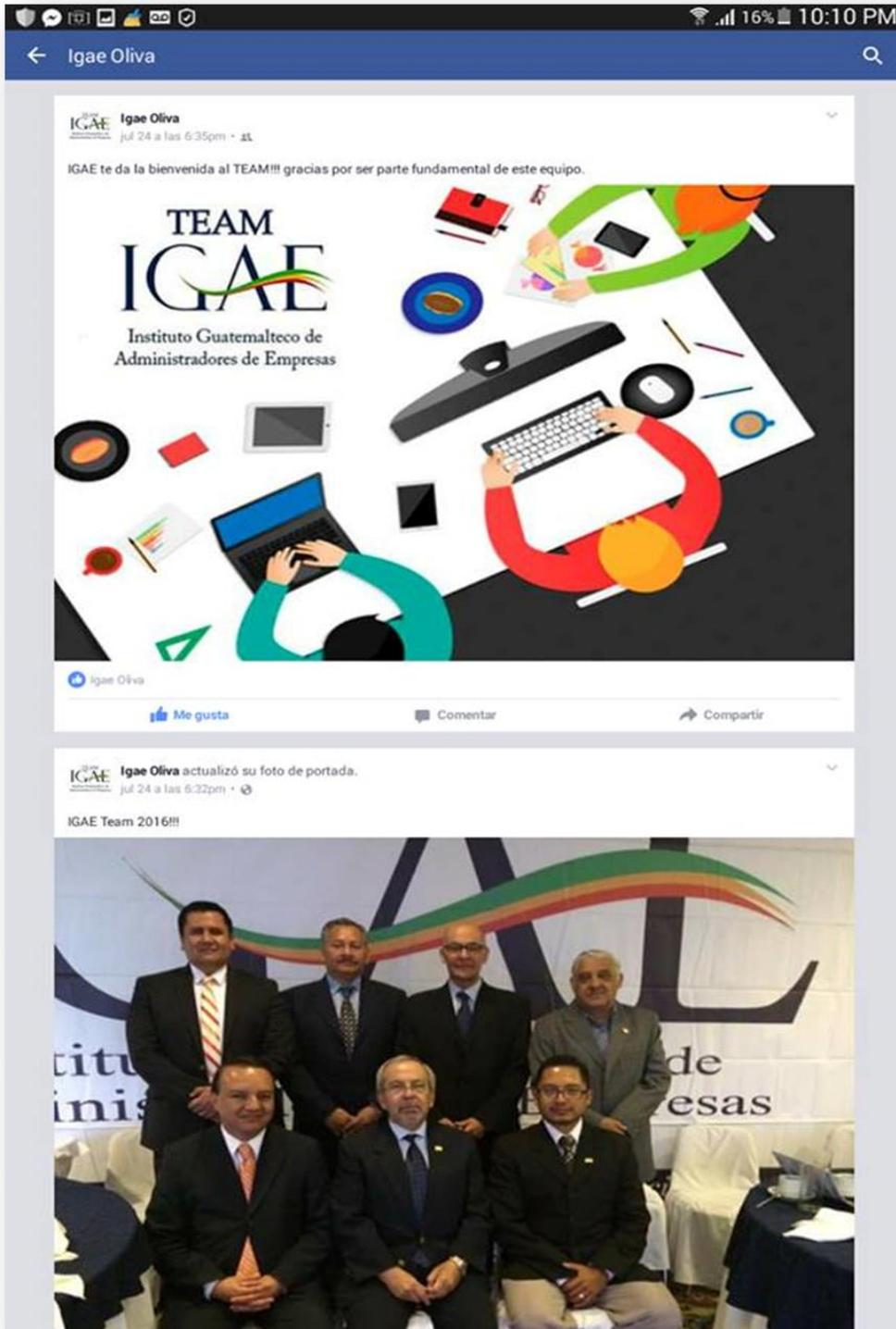
### 3.3.3. Acciones desarrolladas:

- a. Búsqueda de mensajes motivando el trabajo en equipo.
- b. Búsqueda de videos motivando el trabajo en equipo
- c. Diseño de presentación personal de los miembros de la junta directiva, y la mención de su respectivo puesto.
- d. Diseño de arte visual para obtener un sentido de pertenencia.
- e. Diseño de arte visual para felicitar a los miembros de IGAE por los logros obtenidos.
- f. Publicación de revista IGAE.
- g. Publicación de mini boletín informativo.

### 3.3.4. Fotografías.



Fuente: E pesista Francisco Hernández (Diseño final de la página TEAM IGAE - EPS 2016)

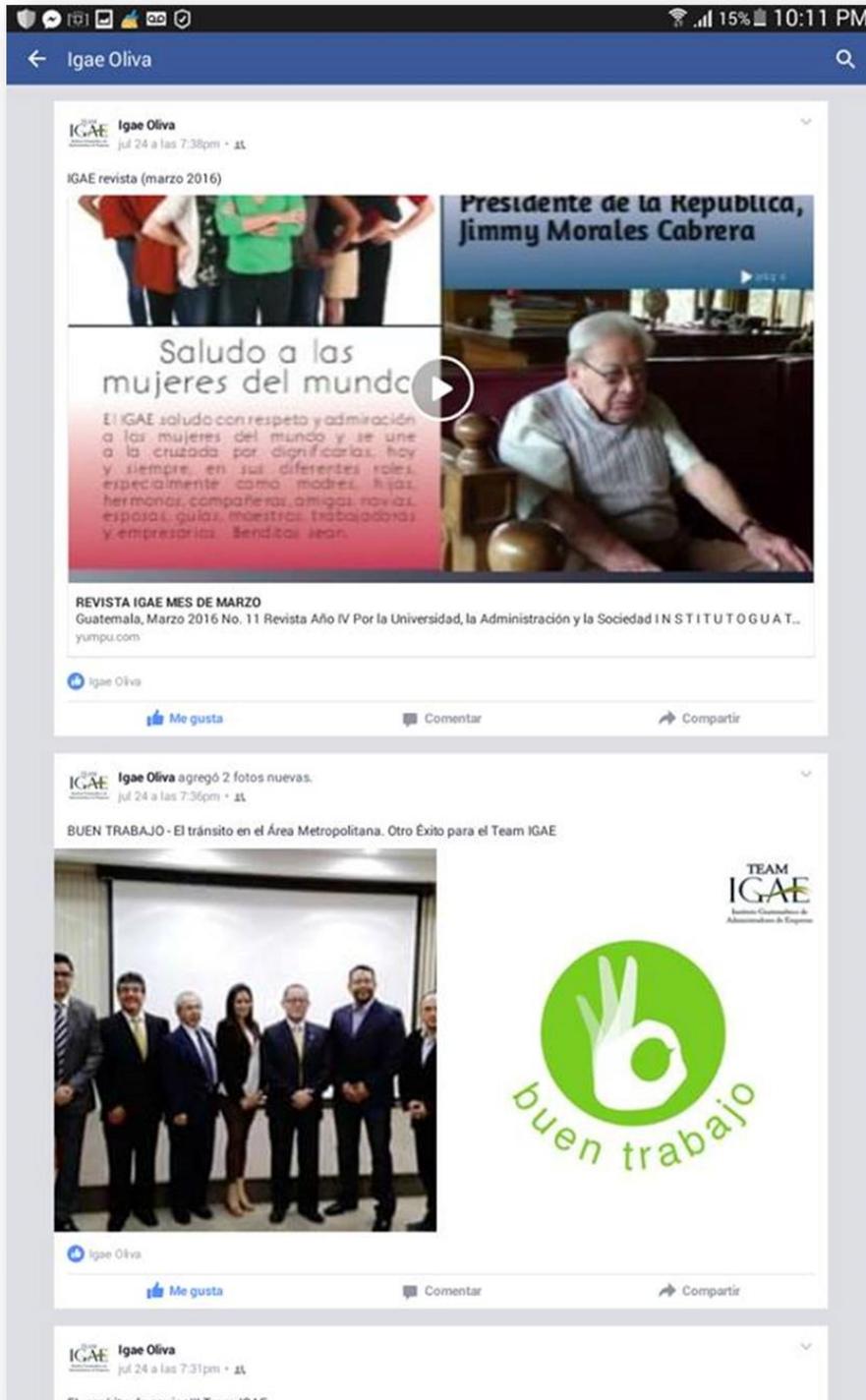


**Foro sobre el tráfico y sus consecuencias.**

Fuente: E pesista Francisco Hernández (Diseño final de la página TEAM IGAE - EPS 2016)



Fuente: E pesista Francisco Hernández (Diseño final de la página TEAM IGAE - EPS 2016)



**Revista digital IGAE mes de marzo.**

Fuente: E pesista Francisco Hernández (Diseño final de la página TEAM IGAE - EPS 2016)



Fuente: E pesista Francisco Hernández (Diseño final de la página TEAM IGAE - EPS 2016)

### **3.4. TERCERA ESTRATEGIA DESARROLLADA (Afiches Publicitarios)**

#### **3.4.1. Objetivo comunicacional:**

El objetivo de los afiches publicitarios, es la de mantener informado a los miembros de la junta directiva de IGAE. La información que busco enviar fue la siguiente:

\*Actividades.

\*Información de interés según el área administrativa.

\*Medio de información para fomentar el crecimiento profesional.

\*Medio de información para transmitir eventos importantes entre los miembros de la junta directiva.

#### **3.4.2. Descripción:**

Los afiches publicitarios de IGAE se formaron desde un concepto informativo para llegar a su ejecución, después de su planeación para lograr el objetivo de mantener informado a los miembros de IGAE. El elegir un formato digital satisface mejor las necesidades de la institución, fácil accesibilidad, rápida lectura y temas de interés.

#### **3.4.3. Acciones desarrolladas:**

- a. Diagramar el esquema de los afiches publicitarios
- b. Recabar información.
- c. Diseñar el boletín digital.
- d. Implementarlo en página de Facebook Team IGAE.

### 3.4.4. Imágenes.

**Team IGAE**  
Ago-Sep 2016

**Informativo**  
**Boletín**

**3 de Septiembre**  
**5to aniversario**  
**del IGAE**

El sábado 3 de septiembre, a las 8 de la mañana se llevará a cabo el aniversario del IGAE, dicha actividad se realizará en el edificio Bantrab zona 9, ese día se habrán actividades de interés para los miembros de la junta directiva y a los agremiados.

Tres actos a realizarse, distribuidos de la siguiente manera.

- Acto de juramentación de nuevos miembros de IGAE.
- Firma de alianza Fundación Bantrab e IGAE.
- Presentación de nueva junta directiva de IGAE.

Fuente: E pesista Francisco Hernández (Diseño final de afiche publicitario - EPS 2016)

**IGAE**  
Instituto Guatemalteco de Administradores de Empresas

**2016**  
**Sep.3**  
**5to**  
**aniversario**

**PARTE 1.**

- Palabras de Bienvenida e Informe de Actividades de IGAE. Lic. Rolando Oliva, Presidente.
- Desayuno. Conferencia Interactiva de Motivación: Lic. Johnny Gallo.
- Juramentación de Nuevos Agremiados.
- Firma del Convenio de Cooperación Académica: Instituto Guatemalteco de Administradores de Empresas IGAE con Banco de los Trabajadores

**PARTE 2.**

- Asamblea General Anual.
- Elección de Nueva Junta Directiva de IGAE, 2016-2018

Con el Patrocinio de: **Bantrab**

Lugar: Calzada Roosevelt 37-18, zona 7  
Hora: 7:30 a 10:00 am  
Parqueo: Hamburguesas Berlín  
Precio especial Q.10.00

igae@igae.com.gt  
igae.com.gt  
igae.org.gt

Fuente: E pesista Francisco Hernández (Diseño final de afiche publicitario - EPS 2016)

# EL TRÁNSITO EN ÁREA METROPOLITANA

SOLUCIONES A CORTO Y MEDIANO PLAZO.



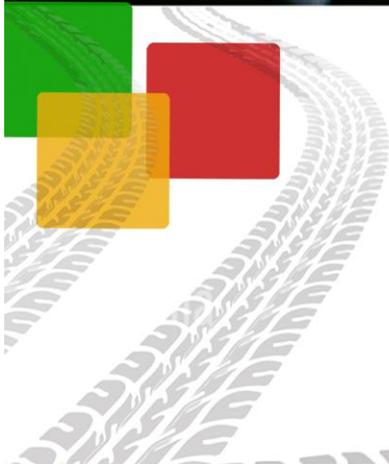
Fecha: Jueves 23 de Junio  
Lugar: Colegios Profesionales, 0 Calle 15-46, zona 15,  
Colonia el Maestro

Salon: Lic. Julio César Méndez Montenegro, 9o nivel.  
Hora: 6 pm

**Inversión**  
Colegios de Economistas, Contadores Públicos, Auditores,  
Administradores y Agremiados IGAE. ENTRADA GRATUITA.

Público en General: Q100.00

Parqueo Disponible.



## Invitados:



Ing. Alvarado Hugo Rodas  
Municipalidad de Guatemala.



Lic. Ernesto Bran  
Alcalde Municipalidad de Mixco



Delegado, Colegio de Ingenieros.

### 3.5. Cronograma de Actividades.

Actividades.	CRONOGRAMA											
	Plan de Comunicación.											
	Mayo				Junio				Julio			
Semana	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Presentación del plan de comunicación a junta directiva												
Reunión con el director general para aclarar recomendaciones o sugerencias.												
Proceso de diseño de la imagen corporativa de IGAE ( hoja y tarjeta)												
Inicia proceso de diseño de imagen corporativa de IGAE ( carpeta )												
Proceso de diseño de la imagen corporativa de IGAE ( carpeta												
Proceso de diseño de la imagen corporativa de IGAE ( trifoliar )												
Proceso de diseño de la imagen corporativa de IGAE ( trifoliar )												
Revisión de papelería con el director general y realización de posibles cambios.												
Presentación a junta directiva de la nueva papelería institucional de IGAE.												
Recolección de información institucional para para la página de Facebook (interna) de IGAE												
Proceso de creación de página de Facebook de IGAE.												
Búsqueda de mensajes gráficos con fines a incentivar el trabajo en equipo.												
Sesión fotográfica con los miembros de Junta Directiva de IGAE.												
Diseño de arte gráfico (Fotografías, volante informativo, información de cada miembro, etc.) individual y colectivo de los miembros de IGAE												
Revisión de la página de Facebook (interna)												
Revisión de la página de Facebook (interna)												
Realización de posibles cambios de la página de Facebook (interna)												
Revisión de la página de Facebook (interna)												
Proceso de creación de boletín digital de IGAE.												
Recolección de imágenes de las actividades de IGAE.												
Proceso de creación de boletín digital de IGAE.												
Presentación de boletín digital de IGAE al director general.												
Realización de posibles cambios.												
Presentación de Revista a presidente IGAE.												

### 3.6. Control y seguimiento:

Estrategia.	Indicadores Cuantitativos.	Indicadores Cualitativos.
Papelería Corporativa.	La junta directiva de la institución IGAE recibió la papelería corporativa, siendo ellos 7 miembros activos de la misma. Los cuales se beneficiaran de tener una imagen comercial formal y fresca, con la cual se presentaran ante su público objetivo.	<p>*Herramienta comunicación con beneficios internos y externos.</p> <p>*Posicionamiento visual efectivo ante su Público objetivo.</p> <p>*Logra la diferenciación competitiva ante otras entidades similares.</p>
Página Interna de Facebook.	<p>Los miembros de IGAE utilizan esta herramienta de comunicación interna como una manera de acortar distancias entre ellos.</p> <p>Es un medio efectivo para el envío y recibimiento de información y documentos de interés personal y profesional.</p>	<p>*Herramienta motivacional para incentivar el trabajo en equipo.</p> <p>*Logra el sentido de pertenencia entre los miembros de la junta directiva,</p>
Boletín informativo digital.	<p>Gestiona la información más importante en un diseño llamativo para los miembros de la junta directiva.</p> <p>Ordena la información y la envía de manera más personal e inmediata a cada miembro de la institución.</p>	<p>*Llama la atención de manera más eficaz y es de agrado para cada miembro.</p> <p>*Es de mucho agrado para el director de la junta directiva el ver que la información se maneja de manera más ordenada.</p>

## **CONCLUSIÓN.**

Durante el trabajo realizado se estableció que la comunicación interna del Instituto Guatemalteco de Administradores de Empresas. IGAE. Debe ser manejado por una persona responsable en esa área. Capaz de realizar estrategias comunicacionales tanto internas como comunicacionales.

Estableciendo las funciones y el orden de trabajo en el área de comunicación de IGAE se lograría mantener una comunicación eficaz y fluida entre los miembros de la junta directiva y el G.O externo de la institución. Ya que la buena comunicación utilizada como una herramienta más para el logro de los objetivos sería una fortaleza más que sería de beneficio para la institución.

El mostrar una imagen institucional profesional ante los miembros de IGAE y el G.O externo rompe con la creencia de que la comunicación solo es de una vía. Con esto se lograría una comunicación bidireccional, que ayudaría a la obtención efectiva de los objetivos perseguidos, y al mismo tiempo obtener una retroalimentación que sea de beneficio para IGAE.

Con la aplicación de las estrategias comunicacionales por parte del autor de este trabajo, se logró mostrar a los miembros de IGAE la importancia de la comunicación para conseguir los objetivos establecidos por los mismos, comprendieron que el mantener una imagen institucional interna eficaz se convierte en una herramienta más para crecer y ser competitivo en el ámbito administrativo.

## **RECOMENDACIONES.**

EL Instituto Guatemalteco de Administradores de Empresas IGAE debe tener un encargado específicamente del área de comunicación tanto interna como externa.

Es necesario crear alianzas con entidades especializadas en comunicación, como agencias de publicidad, diseño, etc. Con el fin de capacitarse y así mejorar aspectos en la rama de la comunicación.

Mantener campañas constantes que logren mantener y aumentar el sentido de pertenencia entre los miembros internos como externos de la institución.

Crear programas sobre prácticas para estudiantes especializados en la comunicación y así lograr un toque fresco e innovador en cada plan comunicacional que se realice en IGAE.

Se debe incentivar a los miembros de la institución a que participen de manera constante en las campañas de comunicación interna o externa, ellos pueden ser un elemento eficaz en la promoción de la institución.

## GLOSARIO:

- **Flujo:**  
Acción y efecto de fluir.
- **Preceptuar:**  
Dar o dictar preceptos.
- **Pertenencia:**  
Hecho o circunstancia de formar parte de un conjunto como una clase, grupo o una comunidad o institución.
- **Diagnosticar:**  
Recoger y analizar datos para evaluar problemas de diversa naturaleza.
- **Esquematar:**  
Representar algo en forma esquemática.
- **Radiografía:**  
Descripción o análisis detallado.
- **Interacción:**  
Acción que se ejerce recíprocamente entre dos o más personas, agentes, fuerzas o funciones.
- **Concreción:**  
Acción y efecto de concretar.
- **Coadyuvar:**  
Contribuir o ayudar a que algo se realice o tenga lugar.
- **Psicografico:**  
Hábitos de compras en los consumidores, a menudo se relacionan con el estilo de vida e intereses que tienen los consumidores.
- **Variable:**  
Magnitud que puede tener un valor cualquiera de los comprendidos en un conjunto.

- **Memo:**  
Informe en que se expone algo que debe tenerse en cuenta para una acción determinada.
- **Percepción:**  
Sensación interior que resulta de una impresión hecha en nuestros sentidos.
- **Pertenencia:**  
Hecho o circunstancia de formar parte de un conjunto, clase, grupo o comunidad.
- **Receptores:**  
En un acto de comunicación, persona que recibe el mensaje
- **Periodicidad:**  
Cualidad de periódico.
- **Interacción:**  
Acción que ejerce recíprocamente entre dos o más objetos, personas, funciones, etc.
- **Metodología:**  
Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica, un estudio o una exposición doctrinal.
- **Sistemática:**  
Sistema o método con que se clasifica algo.
- **Experimental:**  
Es una derivación de las ciencias naturales. Esto también se refiere a una ciencia que recurre a experimentos o situaciones pre escogidas y controladas en las que el resultado en esas condiciones no es conocido.
- **Transversal:**  
Objeto o elemento que se ubica atravesado de un lado hacia otro extremo, o que se interpone de manera perpendicular con aquello de que se trata.

- **Muestra:**

Parte o cantidad pequeña de una cosa que se considera representativa del total y que se toma o se separa de ella con ciertos métodos para someterla a estudio, análisis o experimentación.
- **Descriptiva:**

Describe los datos y este debe tener un impacto en las vidas de la gente que le rodea.
- **Imagen Corporativa:**

Se refiere a cómo se percibe una compañía. Es una imagen generalmente aceptada de lo que una compañía "significa". La creación de una imagen corporativa es un ejercicio en la dirección de la percepción.
- **Datos cuantitativos:**

Son datos que miden o calculan un algo para llegar a un punto en su investigación. Estos datos nos dicen a través de números una explicación para alguna tendencia o resultados de algún experimento.
- **Datos Cualitativos:**

Son los que nos dan el enfoque o el punto de vista de la muestra o de una variable hacia lo que nos dice la investigación.
- **Gestionar:**

Hacer las acciones o los trámites necesarios para conseguir o resolver una cosa:
- **Fidelizar:**

Conseguir la fidelidad de un cliente, normalmente por medio de un buen trato, ofertas especiales, regalos, etc.
- **Inductivo:**

De la inducción o relacionado con esta forma de razonamiento.
- **Deductivo:**

De la deducción o relacionado con esta forma de razonamiento.

## **BIBLIOGRFÍA**

1. Paul Capriotti. Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa 4º EDICIÓN  
Febrero de 2013 Edita: IIRP - Instituto de Investigación en Relaciones Públicas  
(Málaga, España)
2. Lic. Mario Leonel Perdomo Salguero. Métodos Estadísticos I Tercera edición  
febrero 2003 Edita: Ediciones Contables, Administrativas –ECA- (Guatemala)
3. Edilberto Cifuentes Medina. El plan y la tesis 2da edición agosto 2005  
Edita: Magna tierra editores, (Guatemala)

## E grafía:

1. <https://www.youtube.com/watch?v=FwZD-7BiqXE>
2. <https://www.youtube.com/watch?v=OLp0QCLi5ug>
3. [http://novella.mhhe.com/sites/dl/free/000001251x/1058642/07\\_Ejemplo\\_ExploracionFactorialClimaculturaOrganizacional\\_Protocolo.pdf](http://novella.mhhe.com/sites/dl/free/000001251x/1058642/07_Ejemplo_ExploracionFactorialClimaculturaOrganizacional_Protocolo.pdf)
4. [https://www.esup.edu.pe/descargas/dep\\_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigacion%20ta%20ta%20Edici%C3%B3n.pdf](https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigacion%20ta%20ta%20Edici%C3%B3n.pdf)
5. <http://www.tipos.co/tipos-de-observacion/>
6. <http://metodologiadeinvestigacionmarisol.blogspot.com/2013/09/diferencia-entre-metodo-tecnica.html>
7. <http://www.tiposde.org/escolares/123-tipos-de-encuestas/>
8. <http://tiposde.org/general/32-tipos-de-entrevista/>
9. <http://es.scribd.com/doc/73421630/modelo-de-guia-de-observacion#scribd>
10. [https://alojamientos.uva.es/guia\\_docente/uploads/2013/458/42865/1/Documento38.pdf](https://alojamientos.uva.es/guia_docente/uploads/2013/458/42865/1/Documento38.pdf)
11. [http://www.sedapal.com.pe/Contenido/licitaciones/expediente14/disco1/Informe%20Final-Arenal%20Alto-PDF/Anexos/Anexo%2009\\_Info%20Intervencion%20Social/2%20Informes%20Complementarios/7%20Plan%20de%20Comunicaciones%20-Arenal%20Alto.pdf](http://www.sedapal.com.pe/Contenido/licitaciones/expediente14/disco1/Informe%20Final-Arenal%20Alto-PDF/Anexos/Anexo%2009_Info%20Intervencion%20Social/2%20Informes%20Complementarios/7%20Plan%20de%20Comunicaciones%20-Arenal%20Alto.pdf)
12. <http://www.benitezrafa.es/como-desarrollar-una-estrategia-de-comunicacion-en-8-pasos/>
13. <http://es.slideshare.net/tasurinchi65/plan-de-mejora-de-comunicacin-interna>
14. <http://www.osorioysanchez.com/news/el-boletin-interno-una-radiografia-de-la-organizacion/>

# ANEXOS.



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



## Encuesta sobre la percepción en la comunicación de IGAE.

Gracias por responder la siguiente encuesta, los resultados servirán para evaluar la calidad comunicacional de IGAE. Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y anónima, es importante que responda con sinceridad.

Fecha: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

Nombre: \_\_\_\_\_ Edad: \_\_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_ Tiempo de pertenecer a IGAE \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_@\_\_\_\_\_

¿Cuáles son las herramientas de comunicación que se utilizan en IGAE?

E-mail	WhatsApp	Llamada telefónica	Mensaje telefónico	Memo.	Facebook	Reuniones
<input type="radio"/>						

Por favor valore los siguientes aspectos sobre el uso de los canales de información utilizados por IGAE.

	Se usa de manera incorrecta.	Se usa poco.	Su uso es adecuado.	Su uso es efectivo.	No es utilizado.
E-mail	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
WhatsApp	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Llamada telefónica.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mensaje telefónico.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Memo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reuniones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

En general, ¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto a la comunicación empleada por IGAE?

Nada satisfecho	Poco satisfecho	satisfecho	Bastante satisfecho	Muy satisfecho
<input type="radio"/>				

En el siguiente bloque de preguntas se le pide su opinión sobre la comunicación llevada a cabo por IGAE. Por favor, valore del 1 al 5, siendo 1 la puntuación mínima y 5 la máxima.

	1	2	3	4	5
¿Logra que me sienta miembro de IGAE y que me comprometa con los objetivos de esta?					
¿Me permite conocer los objetivos y resultados obtenidos?					
¿Me ayuda a conocer cuál es la situación actual de IGAE?					
¿Me ayuda a saber qué proyectos recientes se han realizado?					
¿Me ayuda a saber qué proyectos futuros se realizarán?					
¿Me permite encontrar información necesaria para el beneficio profesional y personal?					

¿Cree que la comunicación empleada por IGAE favorece a que los miembros conozcan los valores de la misma?

No lo creo	No demasiado	A medias.	Si, bastante	Si, mucho	No estoy seguro/a
<input type="radio"/>					

¿Por qué? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

¿Cuáles son los canales más habituales que emplea para trasladar los siguientes tipos de información a su equipo? Puede marcar más de uno.

	Teléfono	Correo electrónico.	Reuniones individuales.	Reuniones en equipo.	Cartelera de anuncios.	Circulares y notas.
Cultura.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Objetivos del equipo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Valores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Propuesta de proyectos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Información sobre nuevos agremiados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comentarios sobre la revista.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Por favor, valore del 1 al 5, siendo 1 la puntuación mínima y 5 la máxima, el grado de interés que tiene para usted las siguientes herramientas de comunicación.

	1	2	3	4	5
E-mail	<input type="radio"/>				
WhatsApp	<input type="radio"/>				
Llamada telefónica.	<input type="radio"/>				
Mensaje telefónico.	<input type="radio"/>				
Memo.	<input type="radio"/>				
Facebook	<input type="radio"/>				
Reuniones	<input type="radio"/>				

Si ha contestado "no" o "no demasiado" en la pregunta anterior: ¿a qué cree que se debe esto? Por favor marque todas las opciones que considere oportunas.

<input type="radio"/>	Falta una definición clara de los valores.
<input type="radio"/>	Falta de un procedimiento claro.
<input type="radio"/>	Desconocimiento de las publicaciones.
<input type="radio"/>	Falta de tiempo en general.

Por favor valore la manera en que se establece la comunicación en IGAE, tanto entre compañeros de la Junta Directiva, como entre los agremiados, a la hora de llevar a cabo el objetivo comunicacional.

Valore del 1 al 5, siendo 1 la puntuación mínima y 5 la máxima.

	1	2	3	4	5
¿La comunicación es efectiva?					
¿Sabe a quién se tiene que dirigir para aclarar alguna duda?					
¿Fluye adecuadamente la información?					
¿Considera que hay suficiente dialogo?					

Si desea realizar algún comentario en cuanto a la comunicación y las herramientas aplicadas por IGAE hágalo a continuación.

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

La encuesta ha concluido Muchas Gracias por su Colaboración.

Que tenga un excelente día.



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

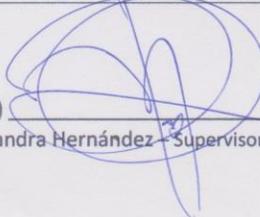


**Nombre del Alumno (a):** Francisco Javier Hernández Aguilar  
**No. De Carné:** 200215093  
**Jefe o Encargado (a):** Lic. Rolando de Jesús Oliva Alonzo, Presidente de Junta Directiva IGAE.  
**Institución o Empresa:** Instituto Guatemalteco de Administradores de Empresas IGAE.  
**Supervisor de EPSL:** Licda. Sandra Hernández

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 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	5	x	25 hrs.
5	Del: 30 / Al: 03	Mayo / Junio	5	5	5	5	5	x	25 hrs.
6	Del: 06 / Al: 10	Junio	5	5	5	5	5	x	25 hrs.
7	Del: 13 / Al: 17	Junio	5	5	5	5	5	x	25 hrs.
8	Del: 20 / Al: 24	Junio	5	5	5	5	5	x	25 hrs.
9	Del: 27 / Al: 01	Junio / Julio	5	5	5	5	5	x	25 hrs.
10	Del: 04 / Al: 08	Julio	5	5	5	5	5	x	25 hrs.
11	Del: 11 / Al: 15	Julio	6	6	6	6	6		30 hrs.
	Del: 18 / Al: 22	Julio	4	4	4	4	4		20 hrs.
<b>TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS</b>								<b>300 hrs.</b>	

INSTITUTO GUATEMALTECO DE ADMINISTRADORES DE EMPRESAS  
**IGAE**

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

(f)   
Licda. Sandra Hernández - Supervisora EPSL

