

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



**“Plan comunicacional para el área de audiovisuales de la coordinación de
Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física”**

Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

Frednesly Emanuel Figueroa Ramírez

CARNÉ: 200916668

Previo a portar el título de:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, octubre de 2017

Consejo Directivo:

Director:

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes:

M.A Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijilio

Representantes Estudiantiles:

Mario Roberto Barrientos Aldana

Anaite del Rosario Machuca Pérez

Representante de Egresados:

MA. Jhonny Michael González Batres

Secretaria:

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Coordinador de EPS Licenciatura

Lic. Luis Arturo Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

Licda. Sandra Nohemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios

Guatemala, 31 de agosto de 2017

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 epesista **Frednesly Emanuel Figueroa Ramírez** con número de carné: **200916668** 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 la **Dirección General de Educación Física** cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del 01 de junio al 31 de julio del año en curso; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto comunicacional: **Plan Comunicacional para el área de audiovisuales de la coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física**, entregando el material respectivo y debidamente recibido por: **la coordinación de Promoción y Divulgación**.

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

Atentamente,


Lic. Josué Morales
COORDINADOR
PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE EDUCACIÓN FÍSICA
DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN FÍSICA



MINISTERIO DE EDUCACION
COORDINACION DE PROMOCION Y DIVULGACION DE EDUCACION FISICA
DIRECCION GENERAL DE EDUCACION FISICA

Lic. Josué Morales
Coordinador de Promoción y Divulgación
Dirección General de Educación Física

Dirección General de Educación Física

32 Calle 9-10 zona 11 Colonia Granai I PBX: 23196800
www.digef.edu.gt



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



Guatemala 16 de octubre de 2017

Estudiante
Frednesly Emanuel Figueroa Ramírez
200916668
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

Me complace informarle que he revisado su informe final de EPS de Licenciatura con el título **PLAN COMUNICACIONAL PARA EL ÁREA DE AUDIOVISUALES DE LA COORDINACIÓN DE PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN FÍSICA**. 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 distribución de su trabajo final de EPS de Licenciatura de forma digital en un archivo PDF en 7 CD'S que deberán ser distribuidos en cada una de las instancias siguientes:

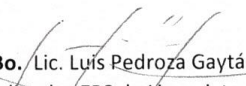
- Biblioteca USAC
- Biblioteca ECC
- Secretaría ECC
- Institución o empresa
- Coordinación EPSL

Sin otro particular,

"ID Y ENSEÑAR A TODOS"


Lic. Fernando Ismael Flores Barríos
Supervisor EPS de Licenciatura




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



"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12 • Teléfono: (502) 2418-8920. Telefax: (502) 2418-9810
www.comunicacion.usac.edu.gt



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

DEDICATORIA

- A DIOS:** Gracias a su misericordia pude culminar una etapa importante de mi vida.
- A MI HIJO:** Sebastián, quien es el motorcito de mi vida y a quien le debo todos mis triunfos, por él es quien me esfuerzo cada día para ser un buen ejemplo y poder darle lo mejor.
- A MI HERMANA:** Fernanda, por ser alguien especial e indispensable en mi vida. Demostrarle que las metas se pueden cumplir si nos lo proponemos.
- A MIS PAPÁS:** Tonita y Fredy, ellos siempre me apoyan incondicionalmente para cumplir cada una de mis metas, gracias por cada una de las cosas que han hecho por mí.
- A MIS PRIMAS Y PRIMOS:** Decirles que, bajo cualquier circunstancia, con determinación y disciplina, se puede lograr cualquier objetivo.
- A MIS TÍAS:** Por el cariño que siempre me han demostrado.
- A MAMÁ MIMA:** Por ser la persona que siempre me alentaba y recordaba que debía graduarme de la universidad.
- A MIS AMIGOS DE LA U:** Por cada uno de los momentos que sufrimos juntos, pero que nunca bajamos la guardia.

AGRADECIMIENTOS

A la UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, la que me abrió las puertas para poder ser un profesional en la comunicación.

A la ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, por ser mi segunda casa durante toda mi carrera universitaria y por supuesto a cada uno de los licenciados que me dieron cátedras.

Al licenciado JORGE MOLINA, por ser él quien ayudó a integrarme profesionalmente en la comunicación desde que inicié la universidad.

A la DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN FÍSICA, por abrirme las puertas durante 7 años para formarme profesionalmente como comunicador.

A cada uno de los docentes que estuvieron involucrados en las diferentes etapas de mi vida estudiantil, gracias por aportar ese peldaño que me trajo hasta aquí.

Sobre todo, al pueblo de Guatemala que con sus impuestos y los míos pude estudiar una carrera universitaria, es a ustedes a quien le debo este triunfo.

ÍNDICE

RESUMEN.....	I
INTRODUCCIÓN.....	III
JUSTIFICACIÓN	V

CAPITULO I

1. DIAGNÓSTICO	1
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO.....	1
1.1.1. Objetivo general	1
1.1.2. Objetivos específicos	1
1.2. LA INSTITUCIÓN, DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN FÍSICA	2
1.2.1. Ubicación geográfica.....	2
1.2.2. Alianzas estratégicas	2
1.2.3. Historia.....	3
1.2.4. Departamentos.....	4
1.2.5. Misión.....	8
1.2.6. Visión	9
1.2.7. Objetivos Institucionales	9
1.2.8. Público objetivo	10
1.2.9. Organigrama de la institución	11
1.3. METODOLOGÍA.....	12
1.3.1. Descripción del método.....	12
1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección	13
1.3.3. Cronograma del diagnóstico	15
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS	16
1.4.1. Ficha de la entrevista	16
1.4.2. Resultado de la entrevista.....	18
1.4.3. Gráficas e interpretaciones del resultado de las encuestas	19

1.5 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN.....	31
1.5.1. FODA.....	31
1.5.2. Fortalezas	31
1.5.3. Oportunidades.....	31
1.5.4. Debilidades	31
1.5.5. Amenazas	31
CAPÍTULO II	
2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....	32
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONES.....	32
2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....	33
2.2.1 Objetivos generales	33
2.2.2. Objetivos Específicos.....	33
2.3. PÚBLICO OBJETIVO.....	33
2.4. MENSAJE	33
2.5. ESTRATEGIAS	34
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN	36
CAPÍTULO III	
3. INFORME DE EJECUCIÓN	46
3.1. PROYECTO DESARROLLADO	46
3.1.1. Financiamiento.....	46
3.1.2. Presupuesto	46
3.1.3. Beneficiarios	47
3.1.4. Recursos humanos	47
3.1.5. Área geográfica de acción	47
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS	47
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	53
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO.....	54
CONCLUSIONES.....	56
RECOMENDACIONES	57

GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	58
BIBLIOGRAFÍA.....	61
EGRAFÍA.....	62
ANEXOS.....	63
Anexo 1: Documentación fotográfica complementaria	63
Anexo 2: Cotizaciones.....	64
Anexo 3: Transcripción completa de la entrevista.....	66
Anexo 4: Modelo de la encuesta	73
Anexo 5: Modelo de entrevista	75
Anexo 6: Matriz o vaciado de las encuestas	76
Anexo 7: Formato de solicitud de productos audiovisuales.....	77
Check list de acciones	78
Registro de prácticas.....	79

Resumen

- **Nombre de la institución:** Dirección General de Educación Física.

- **Nombre del proyecto:** Plan comunicacional para el área de audiovisuales de la coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física.

- **Objetivos del proyecto:**
 - **Generales:** Estandarizar procesos en la elaboración de solicitudes de productos audiovisuales en la coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física.
 - **Específicos:**
 - Implementar herramientas de comunicación para solicitar productos audiovisuales.
 - Elaborar manual para solicitar productos audiovisuales.
 - Ordenar y agilizar procesos para solicitar productos audiovisuales.

- **Sinopsis del proyecto:**

En la realización del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura -EPSL-, se cumplieron con tres etapas, la primera inició con el diagnóstico comunicacional, el cual fue realizado en el área de audiovisuales de la coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física, en esta fase se utilizaron la entrevista y la encuesta como herramientas de investigación.

Gracias a las herramientas antes mencionadas se evidenciaron problemas de comunicación, los cuales sirvieron de referencia para iniciar la siguiente etapa, la elaboración del plan comunicacional. En esta segunda etapa; con la ayuda del coordinador de Promoción y Divulgación, licenciado Josué Morales, se seleccionó el problema principal para solucionarlo, a raíz de esto se decidió hacer un manual de

procesos para solicitar productos audiovisuales a la coordinación de Promoción y Divulgación, con el objetivo de estandarizar procesos. Para dar a conocer este manual y el proceso para solicitar productos audiovisuales se planificaron tres estrategias de comunicación, siendo estas: elaboración de un manual de procesos, realización de una reunión informativa y la ejecución de una campaña de comunicación interna.

En la tercera etapa, la ejecución del plan de comunicación se ejecutaron las estrategias establecidas por medio de acciones, por ejemplo: La elaboración del manual de procesos se redactó, diseñó y distribuyó en digital por medio del correo de comunicación interna de la institución. En la reunión informativa se informó al personal del establecimiento el proceso para solicitar productos audiovisuales.

Para dar a conocer el proceso de solicitudes de productos audiovisuales fue necesario hacer una estrategia de comunicación interna la cual el epesista la realizó junto al licenciado Omar Vela, encargado de comunicación interna de la institución. La campaña de comunicación interna duró una semana, en la cual se repartieron bifolios, se colocaron afiches en las carteleras informativas y fondos de pantalla en las computadoras del personal de la institución,

Para cumplir con el objetivo, también se creó un formato oficial de solicitud de productos audiovisuales el cual fue elaborado en una hoja de Excel no modificable, esta estrategia no estaba contemplada en el plan de comunicación; sin embargo, se realizó en la ejecución. Para una mejor distribución de los documentos se creó un enlace de descarga por medio de google drive y fue posicionado en los artes de diseño gráfico de la comunicación interna antes mencionada. Una semana previa a finalizar la práctica supervisada, se realizó un monitoreo para verificar la efectividad de las estrategias del plan de comunicación.

Introducción

Como parte de la realización del Ejercicio Profesional Supervisado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos, se elaboró el presente trabajo para la elaboración y ejecución de un plan de comunicación para el área de audiovisuales de la coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física, dependencia del Ministerio de Educación.

El estudio comunicacional fue dirigido al personal bajo el renglón presupuestario 011 que realiza solicitud de productos audiovisuales a la coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física. El objetivo principal del estudio fue resolver los inconvenientes que tenía el personal de la institución al momento de solicitar productos audiovisuales, así como estandarizar procesos para la elaboración de solicitudes de productos audiovisuales, esto con el fin de beneficiar tanto al solicitante como al técnico realizador del producto.

La elaboración de este proyecto comunicacional se dividió en tres fases siendo las siguientes: la primera, llamada diagnóstico comunicacional donde se conoció a la institución por medio de una radiografía que puso en evidencia los problemas comunicacionales. En la segunda etapa, se construyó el plan de comunicación con base a los resultados obtenidos en la etapa anterior, esto con el objetivo de solucionar los problemas principales y la última etapa, fue donde el epesista realizó 300 horas de práctica supervisada en la institución, se ejecutó el plan de comunicación previamente contemplado con el coordinador de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física, licenciado Josué Morales.

La mayor dificultad encontrada en el transcurso del proyecto, fue la falta de personal bajo el renglón 189, que representan alrededor del 60% de la fuerza laboral en la institución, según datos obtenidos en la coordinación de Recursos Humanos. “Es en

esta población donde más afluencia de solicitudes ingresan a la coordinación de Promoción y Divulgación”, indicó Josué Morales, coordinador de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física. Por tal motivo el universo poblacional de estudio se redujo a 50 personas. Así mismo, el área de audiovisuales de la coordinación antes mencionada carecía de personal, razones suficientes para que la investigación se limitara al coordinador y los trabajadores bajo el renglón presupuestario 011.

Unidos todos los problemas con base a las evidencias encontradas en las diferentes fases, se acordó con el coordinador Josué Morales elaborar un manual de procesos para realizar solicitudes de productos audiovisuales, el cual contiene los pasos detallados y los lineamientos para realizar una solicitud. Para socializar la estrategia implementada se realizó una estrategia de comunicación interna.

El costo total de proyecto fue de Q10.825.00 de los cuales el epesista financió el 92% y el otro 8% la institución.

Justificación

Con este plan comunicacional se resolvió el problema principal encontrado en la fase de diagnóstico, por tal motivo se elaboró el manual de procesos en el cual se derivaron varias acciones de comunicación, como: elaboración de bifolios, afiches, fondos de pantalla y otros.

El diagnóstico de comunicación arrojó datos indicando que los trabajadores de la Dirección General de Educación Física no conocían un proceso oficial para solicitar productos audiovisuales a la coordinación de Promoción y Divulgación. En conjunto con el licenciado Josué Morales, encargado de la coordinación antes mencionada, se elaboró un plan comunicacional para solucionar el problema que generaba inconvenientes entre los trabajadores y los técnicos que desarrollan los productos audiovisuales.

A raíz de la problemática principal, algunos solicitantes quedaban inconformes con los productos audiovisuales; o bien, los técnicos se incomodaban por las solicitudes extemporáneas las cuales generaban atrasos, estos y otros motivos que se detallan a lo largo de este informe fueron el motivo para realizar estrategias y acciones.

Con estos cambios se estandarizaron procedimientos y lineamientos, lo que facilitó la solicitud de productos audiovisuales a la coordinación de Promoción y Divulgación, esto benefició al personal del área de audiovisuales y a los solicitantes, también se logró mayor satisfacción y organización en el ingreso de solicitudes.

Capítulo I

1. Diagnóstico

Diagnóstico comunicacional del área de audiovisuales de la coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física.

1.1. Objetivos del diagnóstico

1.1.1. Objetivo general

Diagnosticar los procesos de comunicación interna del área de audiovisuales de la coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física.

1.1.2. Objetivos específicos

- Conocer el nivel de comunicación bidireccional entre el personal bajo el renglón presupuestario 011 que solicita productos audiovisuales de la coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de educación física.
- Conocer si el personal de la Dirección General de Educación Física hace uso de todos los productos audiovisuales que la coordinación de Promoción y Divulgación elabora.
- Indagar si existen procesos para la solicitud de productos audiovisuales de la coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física.
- Presentar plan de comunicación para el área de audiovisuales de la coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física.

1.2. La institución

Nombre: Dirección General de Educación Física

Logo:



Eslogan: Educación Física para toda la vida en familia.

Teléfono: 2319-6800

Página electrónica: www.digef.edu.gt

Redes sociales:

- Facebook: DigefGt
- Twitter: @DigefGt
- YouTube: DigefGt

Correo electrónico: noticiasdigef@gmail.com

1.2.1. Ubicación geográfica

32 calle. 9-10 zona 11 colonia Granaí I, Guatemala, Ciudad.

1.2.2. Alianzas estratégicas

En la búsqueda del desarrollo deportivo escolar guatemalteco, la Dirección General de Educación Física, está afiliada desde el año 1996 al Consejo del Istmo Centroamericano de Deportes y Recreación CODICADER. Así mismo, a partir del año 2007 Guatemala se integró al Consejo Centroamericano y del Caribe del Deporte y Recreación CONCECADE, y en el año 2010 se afilió a la Federación Mundial de Deporte ISF.

En el año 2011 también se adhirió a la Asociación Mundial Antidopaje AMA, buscando educar a los jóvenes deportistas escolares y la lucha contra el dopaje en el deporte en todas sus formas.

La Dirección General de Educación Física también tiene representatividad en el Consejo Iberoamericano de Deportes CID, asimismo en el Consejo Americano de Deportes CADE.

Estos procesos de afiliación le permiten participar a Guatemala en los Juegos Deportivos Escolares Centroamericanos, Juegos Centroamericanos y del Caribe Estudiantiles, Juegos Escolares Panamericanos y Campeonatos Mundiales Escolares.

1.2.3. Historia

El gobierno del doctor Juan José Arévalo desmilitariza la educación física y la orienta al deporte escolar y fue donde, el 26 de noviembre del año 1947 por medio de un Acuerdo Gubernativo, se crea la Dirección General de Educación Física.

A pesar de existir la Dirección General de Educación Física, el 8 de octubre de 1986 se emite el Acuerdo Gubernativo 756-86, creando la Dirección General de Educación Física, Recreación y Deporte Escolar DEFREDE, como dependencia del Ministerio de Educación MINEDUC.

En 1997, en el Decreto 76-97, la Ley para el Desarrollo de la Cultura Física y el Deporte, le otorga a la Dirección General de Educación Física nuevamente el estatus que le corresponde, siendo la responsable de la promoción y desarrollo de la educación física, recreación y el deporte escolar a nivel nacional.

Evolución de DIGEF

Desde finales del año 1947, las instalaciones de la Dirección General de Educación Física no tuvieron una sede permanente, fue hasta el año 1963 que la institución fue ubicada en la 22 calle y 11 avenida de la zona 1, donde permaneció hasta el año de 1996.

A partir del año 1997, la entidad se ubicó en la 32 calle 9-10 Zona 11 Colonia Granaí I, en las instalaciones del Instituto Nacional de la Juventud INAJU, donde hasta el momento se encuentra funcionando.

En el marco de descentralización a nivel nacional, la Dirección General de Educación Física tiene una Sede Técnica en cada uno de los departamentos del país, siendo las responsables de la planificación, desarrollo y supervisión de los programas curriculares y extracurriculares que se realizan en sus departamentos.

1.2.4. Departamentos

La Dirección General de Educación Física dentro de su estructura organizacional, tiene al director general como la máxima autoridad, quien es el responsable jerárquico de la dependencia. El director es nombrado por el Ministerio de Educación y tiene a su cargo la organización, administración, planteamiento y funcionamiento programático de dicha entidad.

La Dirección General de Educación Física, se integra además por subdirectores quienes tienen a su cargo las subdirecciones administrativas, metodológica y desarrollo interinstitucional. Las coordinaciones y departamentos completan la estructura de la institución. Un total de 218 trabajadores bajo el renglón 011 integran dicha institución.

Dirección General

Su función es velar y hacer cumplir la organización, administración, planteamiento y funcionamiento programático para el buen desempeño de la educación física, deporte escolar y recreación a nivel nacional.

Promoción y Divulgación

Es la responsable del manejo y diseño de imagen institucional. Su función es elaborar estrategias y productos de comunicación, orientadas a promover y divulgar el deporte escolar, la recreación y la actividad física a nivel nacional. Planifica, elabora y ejecuta plan de medios para informar sobre las actividades institucionales a través de las áreas de audiovisuales, comunicación interna y externa.

Departamento de Asesoría Jurídica

Brindar asesoría jurídica a todas las unidades que conforma la Dirección General de Educación Física para el buen cumplimiento de las acciones dentro del marco legal y conforme las leyes que se supedita la institución.

Subdirección General Administrativa

Coordinación Administrativa

Se encarga de la administración, supervisión y regulación de las Unidades de Almacén, Compras, Inventarios, Informática, Administración de Institutos Nacionales de la Juventud y el Deporte, Servicios Generales y Unidad Médica. También es la responsable de sistematizar los procesos administrativos de las Subdirecciones Técnico Metodológica y de Desarrollo Institucional.

Coordinación de Recursos Humanos

La Coordinación de Recursos Humanos es la encargada de apoyar a la Dirección General y a la Subdirección Administrativa Financiera, en lo relacionado a la gestión del

recurso humano, así como la regulación del desempeño laboral del personal a través de lo establecido en la Ley de servicio civil y su reglamento.

Coordinación Financiera

Asesora a la Dirección General y subdirecciones en el ámbito de la ejecución presupuestaria, asimismo atiende a la Contraloría General de Cuentas en el desarrollo de auditorías y se apoya con los Departamentos de Presupuesto, Tesorería y Contabilidad.

Subdirección Técnica Metodológica

Coordinación Extracurricular

Organiza y coordina actividades que complementan la clase de educación física, promoviendo el uso adecuado del tiempo libre y la inserción en programas de iniciación y desarrollo deportivo. Incluye los programas de Recreación, Torneos Deportivos Escolares, Escuelas Deportivas, Alto Rendimiento Deportivo Escolar, las Secciones Extraescuela, Extensión Escolar y los Institutos Nacionales de la Juventud.

Coordinación Curricular

Desarrolla funciones gerenciales de planificación, organización, dirección, supervisión y evaluación de actividades relacionadas con la Coordinación Técnica Curricular, Formación Técnica Metodológica y el Departamento de Escuelas Normales de Educación Física.

Coordinación de Ciencias Aplicadas

Departamento de Medicina Aplicada

Evalúan a niños y niñas de los diferentes programas de la Dirección General de Educación Física para dar un diagnóstico general de su estado de salud y diseña documentos de investigación en esa rama.

Departamento de Psicología

Diseña instrumentos de apoyo para el maestro de educación física, en temas sobre la conducta, personalidad y comportamiento del niño, y realiza estudios sobre su salud mental y emocional.

Departamento Técnico Metodológico

Es el encargado de realizar estudios y brindar apoyo en aspectos técnico metodológico en las Áreas Curricular y Extracurricular.

Departamento de Ciencias Sociales

Genera programas de becas para una mejor atención a los jóvenes atletas escolares y desarrolla procesos encaminados a la protección de niños y niñas que participan en las escuelas de iniciación deportiva.

Investigación y Desarrollo Tecnológico

Fortalece el área docente a través de la investigación, comunicación, informática y diversas tecnologías que capacitan y actualizan a estudiantes, maestros y maestras de educación física.

Subdirección Desarrollo Institucional

Coordinación de Infraestructura Deportiva Escolar

Es la responsable del mejoramiento de la infraestructura deportiva escolar de establecimientos oficiales, lo que incluye piscinas, canchas polideportivas, gimnasios y áreas recreativas.

Coordinación de Seguimiento y Monitores

Su función es realizar la consolidación, evaluación, seguimiento y monitoreo del Plan Operativo Anual -POA- de DIGEF. También promueve la mejora continua a través del seguimiento e implementación del Sistema de Gestión de la Calidad -ISO-, así como la sistematización y automatización de los procesos institucionales.

Coordinación de Programas y Proyectos de Educación Física

Gestiona y facilita la relación entre la Dirección General de Educación Física y las federaciones y asociaciones deportivas. Su función es brindar por medio de los enlaces deportivos, capacitación, apoyo técnico y asesoría a los programas de torneos deportivos escolares, escuelas de iniciación deportiva, escuelas normales de educación física y alto rendimiento deportivo escolar.

1.2.5. Misión

Formar y desarrollar cultura física en la población escolar a través de la educación física.

1.2.6. Visión

Ser la institución que para el año 2020 haya incrementado, en la población escolar, la actividad física sistemática y los hábitos saludables para una mejor calidad de vida.

1.2.7. Objetivos Institucionales

Objetivo General

Coordinar y cumplir la filosofía, política y directrices de la educación física.

Objetivos estratégicos

- **Ámbito curricular**

Incrementar la cobertura y la calidad de la clase de educación física.

- **Recreación**

Impulsar el aprovechamiento del tiempo libre y articular las actividades recreativas escolares en procesos de formación.

- **Ámbito extracurricular**

Impulsar programas de iniciación, formación y desarrollo deportivo, así mismo actividades que contribuyan a la formación y desarrollo de la juventud.

- **Infraestructura**

Construir, remozar y mantener la planta física de los establecimientos educativos para la práctica de la educación física.

- **Implementación**

Dotación y distribución efectiva de equipo e implementos didácticos deportivos para la práctica de la Educación Física.

- **Administrativos financieros**

Garantizar la transparencia y fortalecer los criterios de calidad en la gestión administrativa financiera.

1.2.8. Público objetivo

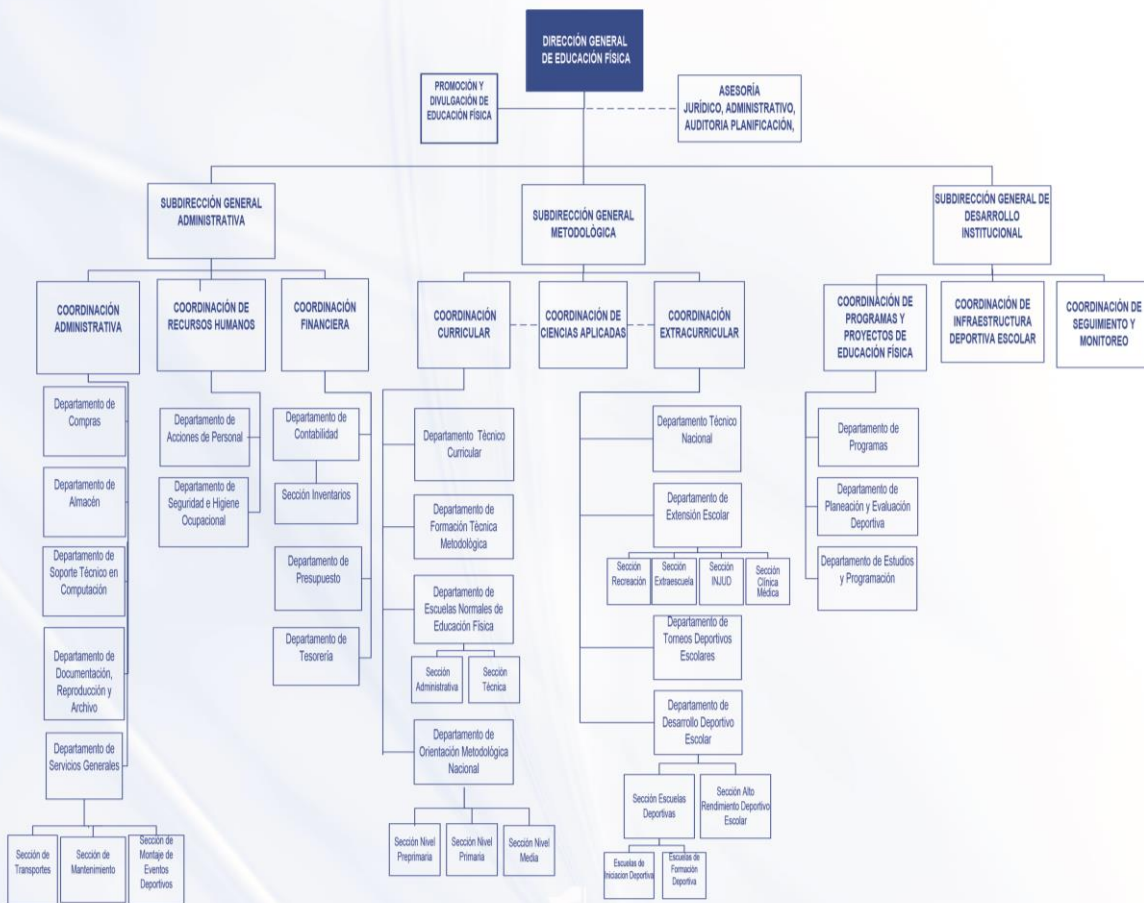
En el área curricular, según Humberto Corso, coordinador técnico metodológico de la Dirección General de Educación Física, esta dirección atiende un total de 33.7% de los 3 millones 50 mil estudiantes de los niveles preprimaria, primaria, básico y diversificado de establecimientos educativos públicos oficiales con cobertura en los 22 departamentos del país. Así mismo, 3500 maestros de educación física de centros educativos públicos oficiales a nivel nacional.

En el área extracurricular, la Dirección General de Educación Física atiende a escolares de los niveles preprimaria, primaria, básico y diversificado de establecimientos educativos públicos y privados que participan en los diferentes procesos de deporte escolar y recreación física.

1.2.9. Organigrama de la institución

ORGANIGRAMA

DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN FÍSICA -DIGEF-



Fuente: www.digef.edu.gt

1.3. Metodología

1.3.1. Descripción del método

Método de investigación mixta de diseño exploratorio

Para diagnosticar la comunicación y los posibles problemas del área de audiovisuales de la coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física se empleará el método de investigación mixto de diseño exploratorio.

Este diseño es especialmente útil cuando un investigador necesita desarrollar y probar un instrumento, porque uno no está disponible o identificar las variables importantes para estudiarlas cuantitativamente, o bien cuando las variables son desconocidas. (*Creswell y Plano, 2007*).

El diseño exploratorio del método mixto de investigación se divide en dos etapas, en la primera el estudio es cualitativo que se hará por medio de una entrevista al coordinador de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física la cual servirá en la segunda etapa, aquí se elaborará y desarrollará una encuesta que permitirá corroborar y descubrir datos que no se dieron en la primera etapa.

Es muy común realizar un estudio general mediante encuesta y después utilizar técnicas cualitativas (entrevistas o grupos focales) para analizar aspectos que emergen de la encuesta. En otros casos el proceso es inverso y se utiliza la observación participante o entrevistas para comprender el fenómeno estudiado y a partir de ahí se realiza una encuesta sobre los aspectos relevantes. (*Hueso, 2012, p.10*)

1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección

La entrevista

La entrevista es la técnica más empleada en las distintas áreas del conocimiento. En un sentido general, se entiende como una interacción entre dos personas, planificada y que obedece a un objetivo, en la que el entrevistado da su opinión sobre un asunto y, el entrevistador, recoge e interpreta esa visión particular. (*Campoy y Gomes, 2009, p. 288*)

Entendido esto, se recurrirá a esta técnica para entrevistar al encargado de la coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación física, el cual proporcionará datos relevantes para conocer el área de audiovisuales, esto nos dará datos adecuados para elaborar la herramienta y hacer una medición de datos cuantitativos con la muestra establecida. La entrevista será en la oficina del coordinador.

Las preguntas irán enfocadas a determinar las vías de comunicación y su efectividad para interactuar con los empleados de la institución y el área de audiovisuales como por ejemplo: ¿Qué procesos se realizan para requerir un servicio de esta área?, ¿Cuáles son los servicios que presta ésta área?, ¿Cuáles son los productos audiovisuales que más solicita el personal de la Dirección General de Educación Física?, ¿Existe un esquema establecido para la elaboración de los productos que realiza esta unidad?, etc.

La encuesta

Según *Hueso (2012)*, la técnica cuantitativa más habitual para la recolección de datos es la encuesta. Esta técnica, mediante la utilización de un cuestionario estructurado o conjunto de preguntas, permite obtener información sobre una población a partir de una muestra.

Por consiguiente, esta técnica servirá para recolectar datos con la muestra de empleados establecida, con preguntas previamente elaboradas con base a la entrevista realizada al coordinador de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física. Estas encuestas se harán en cada puesto de trabajo del empleado seleccionado. Las preguntas que se usarán para realizar la encuesta serán cerradas dicotómica y múltiple, y escalas Likert.

Muestreo por cuotas

También denominado en ocasiones "accidental". Se asienta generalmente sobre la base de un buen conocimiento de los estratos de la población y/o de los individuos más "representativos" o "adecuados" para los fines de la investigación. En este tipo de muestreo se fijan unas "cuotas" que consisten en un número de individuos que reúnen unas determinadas condiciones. Una vez determinada la cuota se eligen a los que cumplan las características. Este método se utiliza mucho en las encuestas de opinión. *Universidad de Sonora, México. (2017). El Muestreo. Recuperado de <http://www.estadistica.mat.uson.mx/Material/elmuestreo.pdf>*

El muestreo por cuotas estará comprendido con empleados bajo el renglón presupuestario 011 que solicitan productos audiovisuales de la coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física. Como resultado, la población se reduce al 25%, unas 52 personas que cumplen dicha característica, de los cuales serán encuestadas 50.

1.3.3. Cronograma del diagnóstico

Actividad	Enero			Febrero			
	semana 3	semana 4	semana 5	semana 1	semana 2	semana 3	semana 4
Curso propedéutico del diagnóstico							
Primera reunión con el coordinador de promoción y divulgación							
Elaboración de carta para solicitud de EPS							
Entrega de formulario para carta de EPS							
Recolección de datos de la institución							
Redacción de datos de la institución							
Segunda reunión con el coordinador de promoción y divulgación							
Elaboración de los objetivos del diagnóstico							
Investigación para elegir metodología del diagnóstico							
Recepción de la carta para EPS							
Elaboración de la metodología del diagnóstico							
Elaboración de encuesta y entrevista							
Entrega de carta para aceptación de EPS							
Primera reunión para correcciones							
Realización de entrevista y encuestas							
Tabulación e interpretación de datos							
Elaboración del FODA institucional							
Segunda reunión para correcciones							
Correcciones Finales							
Entrega del diagnóstico							

1.4. Recopilación de datos

1.4.1. Ficha de la entrevista

Nombre: Josué Clodoaldo Morales Monroy

Cargo: coordinador de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física.

Fecha: 17 de febrero de 2017

Lugar de entrevista: oficina de la coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física.

Modelo de entrevista



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado
Diagnóstico comunicacional



Entrevista a coordinador de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física

1. ¿Cuáles son los productos audiovisuales que la unidad de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física produce?
2. De los productos anteriormente mencionados, ¿Cuáles son los que reciben más solicitudes por el personal de la institución?
3. ¿Qué proceso establecido existe para la solicitud de productos audiovisuales que elabora la unidad de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física?
4. Si existe un proceso, ¿Cómo ha informado al personal de la institución para que conozca dicho proceso?
5. ¿Cuál es proceso de elaboración de productos audiovisuales desde que se recibe la solicitud?
6. Regularmente, ¿Con cuánto tiempo de anticipación reciben las solicitudes de productos audiovisuales?
7. ¿Con qué frecuencia recibe solicitudes de productos audiovisuales de último momento?
8. Aproximadamente, ¿Cuántas solicitudes de productos audiovisuales recibe semanalmente?
9. ¿Considera que las solicitudes de último momento de productos audiovisuales afectan la planificación del área de audiovisuales de la coordinación de Promoción y Divulgación? **¿Por qué?**
10. ¿Cuántos días considera prudente para la solicitud de un producto audiovisual? **¿Por qué?**
11. ¿Cuál ha sido la mayor dificultad de comunicación con el personal de la institución y el área de audiovisuales?
12. ¿Cuáles son los objetivos del área de audiovisuales?
13. ¿Cuáles son los lineamientos para la elaboración de los diferentes productos audiovisuales que realizan?

1.4.2. Resultado de la entrevista

Con base a la entrevista realizada a Josué Morales, coordinador de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física, se identificó que 5 son los productos audiovisuales que dicha coordinación elabora, siendo los siguientes: diseño gráfico, vídeos, animaciones digitales, fotografía y spots de radio y tv.

De los productos audiovisuales antes mencionados, Josué Morales dijo que el producto de diseño gráfico es el que más carga de trabajo tiene, mencionó que aproximadamente 30 solicitudes son las que reciben semanalmente, en segundo plano indicó que se encuentran los productos de fotografía, con 10 solicitudes a la semana; finalizó con los vídeos, los cuales reciben al menos 2 solicitudes semanales, junto a la elaboración sistemáticamente de vídeos para el programa de televisión que realizan.

El coordinador de Promoción y Divulgación indicó que las solicitudes de último momento generan molestia a los que elaboran los productos audiovisuales, ya que esto representa para ellos una carga laboral extra y el rompimiento de la planificación que ellos realizan. Sin embargo, esto no afecta en la calidad del producto que se entrega, puntualiza.

Según datos del entrevistado, hace 2 años se realizó un oficio donde se estableció que toda solicitud tenía que hacerse con 15 días de anticipación y por escrito. Hasta la fecha no han elaborado un manual de procesos para informar a los trabajadores de la Dirección General de Educación Física para que realicen sus solicitudes de productos audiovisuales de la forma correcta, tampoco existe un formato formal para solicitudes. Junto a esto, no existe un manual que regule los elementos básicos que deben llevar los productos audiovisuales finales.

Se hizo tan solo una entrevista porque el personal que labora en el área de audiovisuales de la coordinación de Promoción y Divulgación son contratados bajo el

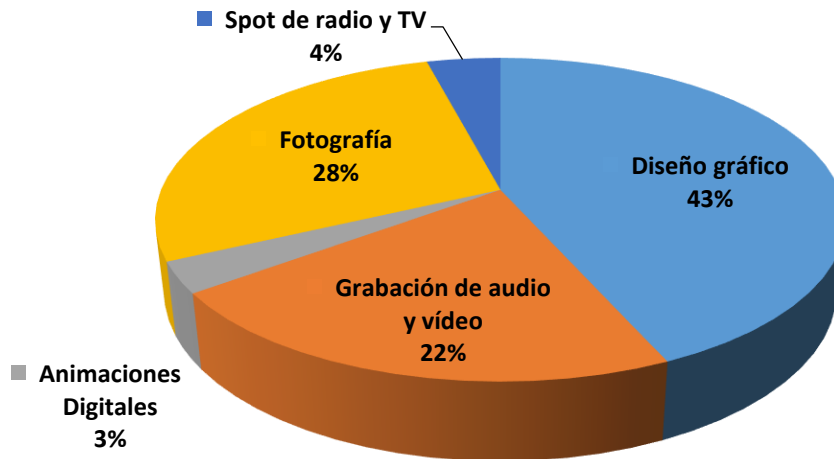
renglón 189, los cuales a la fecha de la realización del diagnóstico (febrero 2017), no habían sido contratados por la institución. Por consiguiente, la persona indicada para la entrevista era el coordinador de dicha unidad, licenciado Josué Morales.

1.4.3. Gráficas e interpretaciones del resultado de las encuestas

Dentro la Dirección General de Educación Física se realizó una encuesta de 10 preguntas a 50 trabajadores del renglón presupuestario 011 que solicitan productos audiovisuales a la coordinación de Promoción y Divulgación de dicha institución. El objetivo fue hacer un estudio comunicacional en los procesos, servicios y productos del área de audiovisuales. Los resultados fueron los siguientes:

1. De los siguientes productos audiovisuales, ¿cuáles ha solicitado en la coordinación de Promoción y Divulgación?

Gráfica 1
Solicitudes de productos audiovisuales



Fuente: Elaboración propia. -febrero 2017

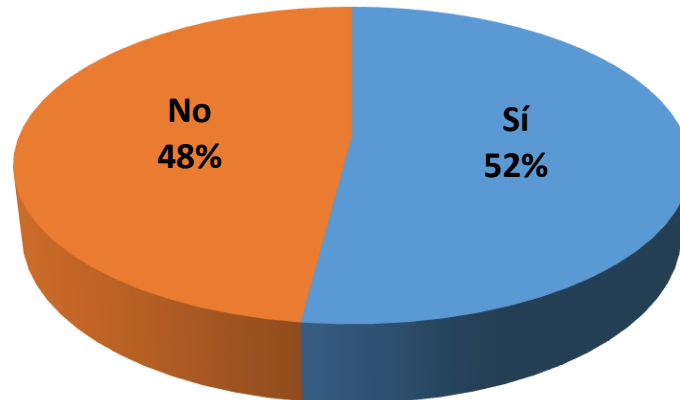
Con una pregunta de selección múltiple se le preguntó a los encuestados cuáles son los productos audiovisuales que han solicitado a la coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física, los datos revelaron que la mayoría respuestas convergen en tres de ellos, el más alto con un porcentaje del 43% fue para diseños gráficos, el 28% ha requerido fotografías y el 22% ha necesitado grabación y edición de vídeo. Cabe mencionar que los porcentajes más bajos son para spots de radio/Tv y animaciones digitales, 4% y 3% respectivamente. Estos datos coinciden con el coordinador del área, Josué Morales, quien indicó ser diseño gráfico el que tiene más solicitudes durante la semana.

Los productos con mejor porcentaje responden a las explicaciones de los encuestados, donde refieren que no sabían que las áreas de audiovisuales elaboraban esos servicios; por consiguiente, no los solicitan.

2. ¿Conoce si existe un proceso para la solicitud de productos audiovisuales en la coordinación de Promoción y Divulgación?

Gráfica 2

Conocimiento de procesos para solicitudes



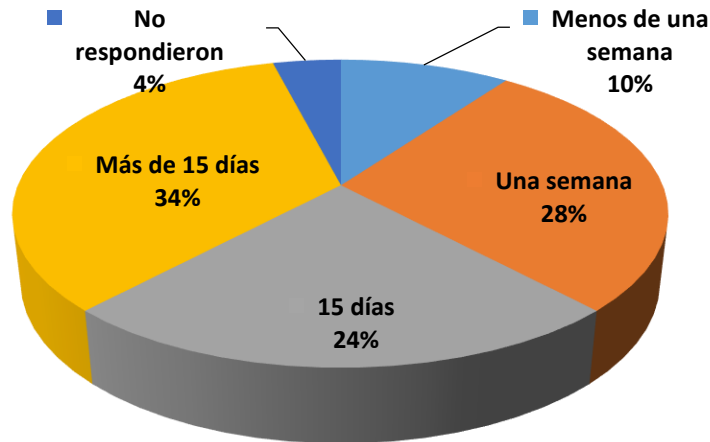
Fuente: Elaboración propia. -febrero 2017

Por medio una pregunta cerrada se les cuestionó a los trabajadores si conocían algún proceso para la solicitud de productos audiovisuales, los datos revelaron que poco menos de la mitad no conocen procesos (48%). Por otro lado, el 52% indicó que sí conocían el proceso. Esto responde a la falta de un manual de procesos, mencionado por Josué Morales en la entrevista realizada. Estos datos se ven reflejados en la gráfica 9, donde los puntos a evaluar son afectados negativamente por la inexistencia de dicho manual.

3. ¿Con cuánto tiempo programa sus solicitudes de productos audiovisuales de la coordinación de Promoción y Divulgación?

Gráfica 3

Tiempo de programación para solicitar productos audiovisuales



Fuente: Elaboración propia. -febrero 2017

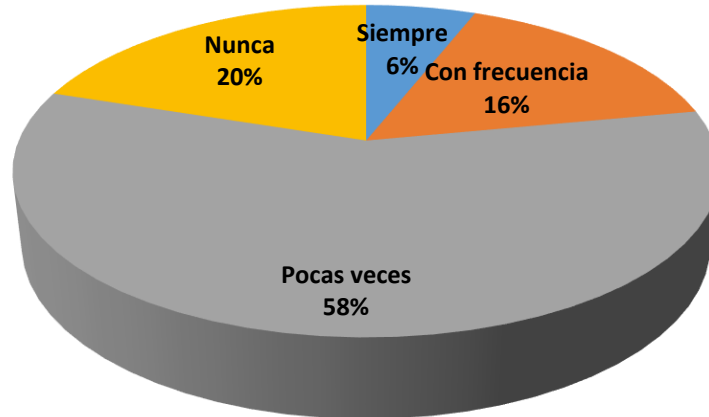
Según los datos obtenidos, un poco más del tercio de encuestado planifica las solicitudes con más de 15 días de anticipación (34%), seguido del 28% que lo hace con una semana previa a requerir el producto, el 24% lo hace con 15 días de anticipación, el 10% lo hacen en menos de una semana y el 4% no respondió a la pregunta.

Los datos arrojan que la mayoría de personas son organizadas para hacer sus solicitudes al área de audiovisuales de la coordinación de Promoción y Divulgación. Sin embargo, el segundo porcentaje más alto indica que hacen sus solicitudes con una semana de anticipación, lo que está fuera del tiempo establecido por el oficio elaborado, en su momento, por la coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección de General de Educación Física. Esto representa un problema para esta área, debido a la cantidad de trabajo que representa darle cobertura a las aproximadamente 45 solicitudes que entran semanalmente, según datos obtenidos por medio de la entrevista realizada al coordinador de Promoción y Divulgación, Josué Morales.

4. ¿Realiza solicitudes de productos audiovisuales de la coordinación de Promoción y Divulgación de último momento?

Gráfica 4

Solicitudes de último momento de productos audiovisuales

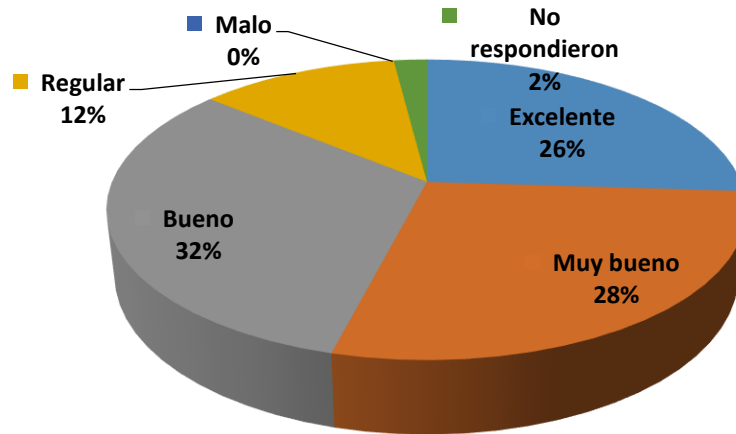


Fuente: Elaboración propia. –febrero 2017

Las solicitudes de último momento son un problema para el área de audiovisuales, según indica Josué Morales, coordinador de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física, estas interrumpen el trabajo de las solicitudes que ingresan en el tiempo oportuno. Los datos evidencian que tan solo el 20% de los encuestados nunca hace solicitudes de último momento, el otro 80% sí lo hace de alguna u otra manera representados de la siguiente manera: el 58% refleja que lo ha hecho pocas veces, el 16% con frecuencia y el 6% siempre. Esto deja en evidencia una problemática en el tiempo previo a entregar una solicitud.

5. ¿Cómo considera la calidad de los productos audiovisuales que realiza la coordinación de Promoción y Divulgación?

Gráfica 5
Calidad de los productos audiovisuales



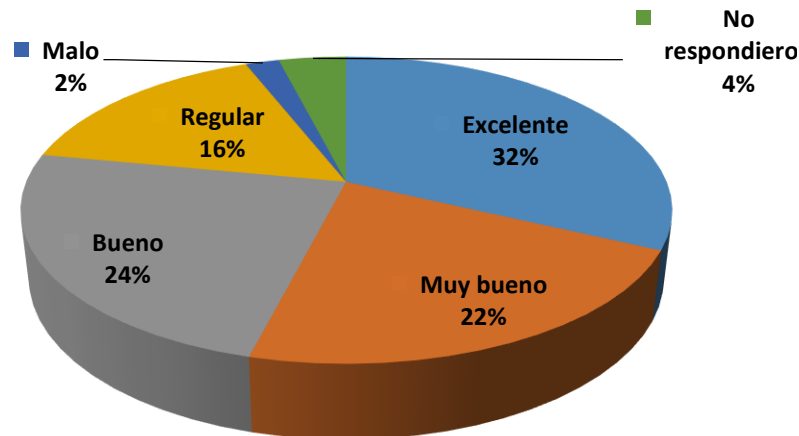
Fuente: Elaboración propia. –febrero 2017

Según los datos, aproximadamente un tercio de los encuestados indicó que los productos audiovisuales de la coordinación de Promoción y Divulgación son buenos (32%), mientras que el 28% indicó que son de muy buena calidad, el 26% los calificó como excelentes y el 12% de regular calidad. Ninguno de los encuestados indicó que los productos fueran de mala calidad. El 2% no respondió a la interrogante.

Sin embargo, la mayoría de respuestas convergen en un punto medio de calificación, lo que indica que se debe mejorar la calidad de los productos para estar arriba de las expectativas de los solicitantes.

6. ¿Cómo considera el servicio del personal del área de audiovisuales de la coordinación de Promoción y Divulgación?

Gráfica 6
Calificación del servicio al cliente



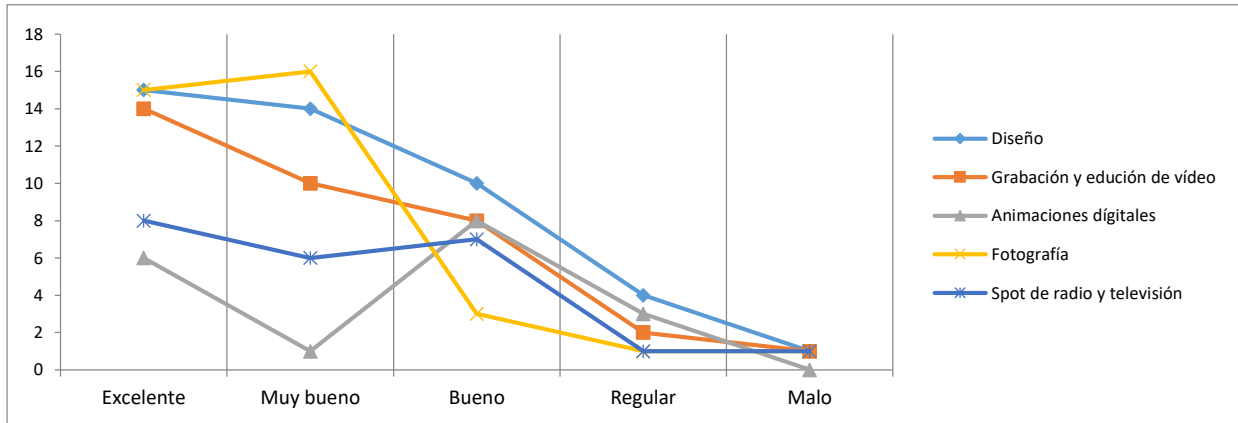
Fuente: Elaboración propia. –febrero 2017

Se le preguntó a los encuestados la calidad del servicio al cliente del personal de audiovisuales de la coordinación de Promoción y Divulgación, un 32% concurre que era excelente, el 24% lo calificó como bueno, el 22% indicó que era muy bueno y el 4% no respondió a la pregunta. La persona inconforme con el servicio al cliente se refleja en el 2% de los participantes. Es evidente que debe mejorar aún más el servicio para reducir el porcentaje de los parcialmente conformes.

Esto responde a la inconformidad de los trabajadores del área de audiovisuales, donde el coordinador Josué Morales indicó que las solicitudes de último momento generaban molestia en ellos, por lo que se vincula el servicio al cliente en algunos aspectos, ya que la mayoría de personas sí ha hecho solicitudes de último momento, según la gráfica 4.

7. ¿Cuál es su satisfacción de los siguientes productos audiovisuales de la coordinación de Promoción y Divulgación? Donde 5 es excelente, 4 muy bueno, 3 bueno, 2 regular y 1 malo.

Gráfica 7
Punto máximo de calificación de cada producto audiovisual



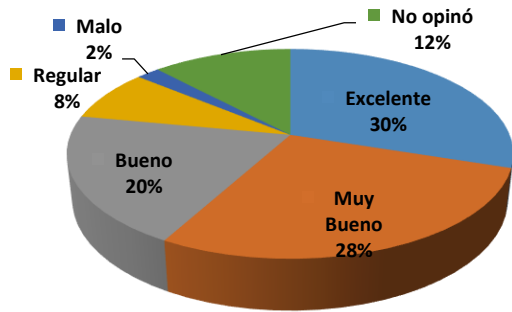
Fuente: Elaboración propia. –febrero 2017

Se les preguntó a los encuestados el grado de satisfacción que ha tenido con los productos audiovisuales que produce la coordinación de promoción y divulgación de la Dirección General de Educación Física y las respuestas de los que opinaron fueron las siguientes:

En el diseño gráfico, como se muestra en la gráfica 7, el punto más alto indica ser un excelente producto, 2 puntos porcentuales arriba de ser muy bueno. Para la grabación y edición de vídeo, la puntuación más alta fue excelente, 8% arriba de ser un producto muy bueno. Los encuestados consideraron que la fotografía es muy buena, 2% arriba de estar como excelente producto audiovisual. Con los spots de radio y Tv consideraron que es un producto excelente, mientras que las animaciones digitales las calificaron como buenas.

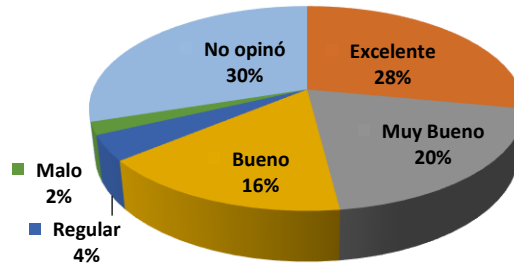
Estos datos confirman uno de los objetivos del área de audiovisuales, que es entregar productos de calidad, "aún sean solicitados de último momento", según Josué Morales, coordinador de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física.

Gráfica 7.1
Calificación de diseño gráfico



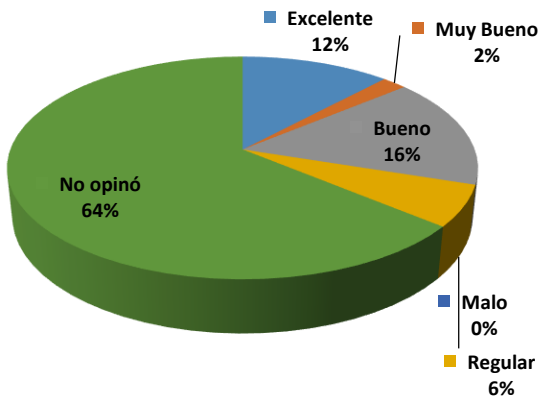
Fuente: elaboración propia. –febrero 2017

Gráfica 7.2
Calificación de grabación y edición de video



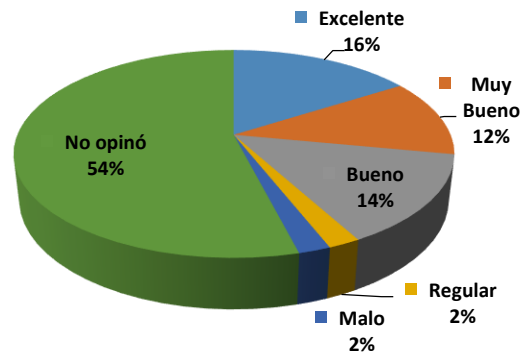
Fuente: elaboración propia. –febrero 2017

Gráfica 7.3
Calificación de spots de radio y tv



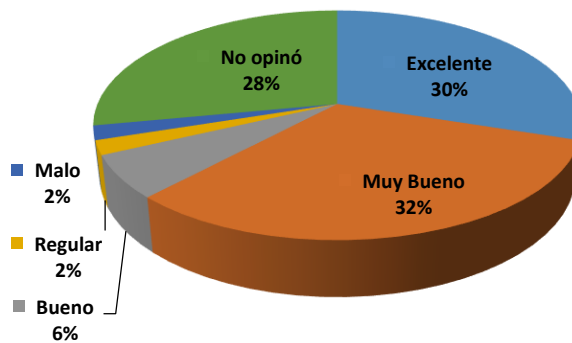
Fuente: elaboración propia. –febrero 2017

Gráfica 7.4
Calificación de animaciones digitales



Fuente: elaboración propia. –febrero 2017

Gráfica 7.5
Calificación de la fotografía

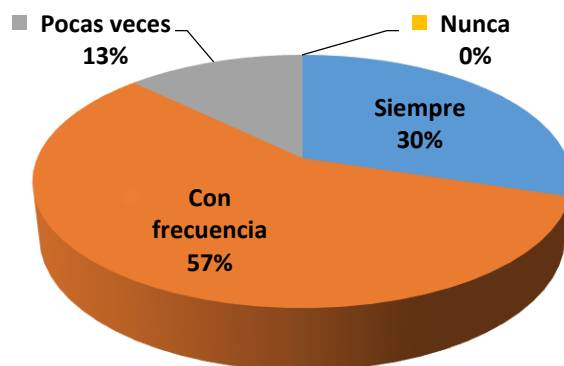


Fuente: Elaboración propia. –febrero 2017

8. ¿Los productos audiovisuales que recibe de la coordinación de Promoción y Divulgación cumplen con sus necesidades requeridas?

Gráfica 8

Cobertura de las necesidades del solicitante



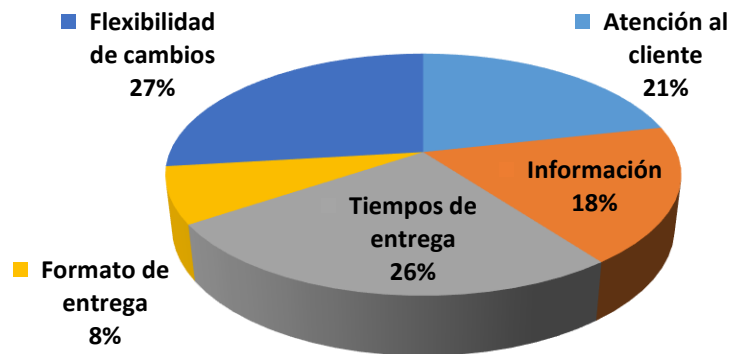
Fuente: elaboración propia. –febrero 2017

Se les cuestionó a los encuestados sobre si los productos audiovisuales de la coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física, cumplen con sus necesidades y un 57% indicó que lo hacían con frecuencia, cabe resaltar que las personas que opinaron pocas veces representan el 13%, poco menos de la mitad de los que opinaron siempre (30%), lo que indica que se debe trabajar en esa área para satisfacer a los solicitantes. Nadie de los encuestado dijo que los productos audiovisuales nunca cumplían sus necesidades.

9. ¿Qué aspectos considera que debe mejorar en los procesos de solicitud de productos audiovisuales en la coordinación de Promoción y Divulgación?

Gráfica 9

Aspectos a mejorar en el proceso de solicitud



Fuente: Elaboración propia. –febrero 2017

Se les preguntó a los encuestados los aspectos que se deben mejorar en los procesos para solicitud de productos audiovisuales que produce la coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física y el 27% opinó que la flexibilidad de cambios podría para mejorar.

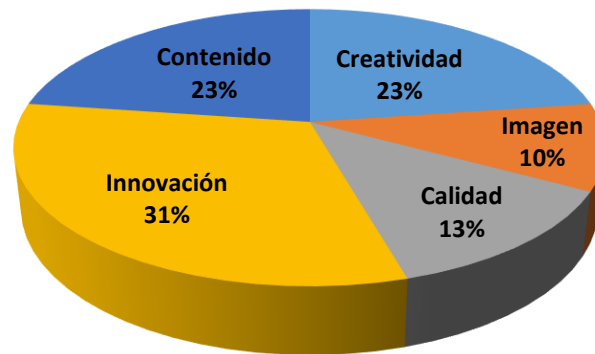
Un 26% de los encuestados consideró que los tiempos de entrega deben mejorar, para el 21% de los encuestados es importante que mejore la atención al cliente. Por su parte, el 18% indicó que debe mejorarse la información al momento de requerir un producto audiovisual. El 8% especificó que el formato de entrega es un aspecto a considerar.

Estos datos se ven reflejados en la gráfica 1, son la consecuencia de un alto índice de personas que no conocen el debido proceso para la solicitud de productos audiovisuales, por lo que es necesario estandarizar lineamientos y elaborar un manual de procesos que ayuden a reducir los porcentajes negativos en esta área que no ha informado a los trabajadores desde hace 2 años, según Josué Morales, coordinador de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física.

10. ¿Qué aspectos considera que debe mejorar en los productos audiovisuales que produce la coordinación de Promoción y Divulgación?

Gráfica 7

Aspectos a mejorar en los productos audiovisuales



Fuente: Elaboración propia. –febrero 2017

Un 31% de los encuestados coincidieron que la innovación es un aspecto importante a mejorar en los productos audiovisuales, mientras que el 46% se dividió en partes iguales para quienes opinaron que el contenido y la creatividad deberían mejorar. Los que opinaron que la imagen de los productos audiovisuales debería mejorar está representado en el 10%.

Medios más usados

Los medios de comunicación más utilizados por los trabajadores de la Dirección General de Educación Física son el correo electrónico, el WhatsApp y Facebook, en su orden por importancia. *Misael, P. (2017) Diagnóstico de la comunicación interna de la coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física (Ejercicio Profesional Supervisado). Universidad de San Carlos de Guatemala.* Es recomendable usar estos medios de comunicación para implementar cualquier estrategia de comunicación que ayude a eliminar los problemas encontrados dentro del área de audiovisuales de la coordinación de Promoción y Divulgación.

1.5 Radiografía de la institución

1.5.1. FODA

1.5.2. Fortalezas

- Productos audiovisuales de calidad
- Elaboración de sus propios productos audiovisuales (InHouse)
- Servicio al cliente

1.5.3. Oportunidades

- Materia prima para la elaboración de productos de comunicación
- Disponibilidad de herramientas de comunicación interna para la difusión de la información

1.5.4. Debilidades

- La desinformación de los solicitantes
- Inexistencia de un manual de procesos
- Inexistencia de un manual de lineamientos de imagen institucional
- No se les informa a los solicitantes el proceso de solicitudes
- No se le presenta a los solicitantes los productos audiovisuales que se elabora la oficina de Promoción y Divulgación
- Innovación en los productos audiovisuales

1.5.5. Amenazas

- Lineamientos de imagen institucional requeridos por el gobierno de turno
- Solicitudes de productos audiovisuales de último momento
- Falta de contratación de personal técnico para la elaboración de productos audiovisuales

Capítulo II

2. Plan de comunicación

2.1. Antecedentes comunicacionales

Según el licenciado Omar Vela, encargado de la comunicación interna de la Dirección General de Educación Física, son varias las herramientas que se han utilizado en la comunicación interna para informar a los trabajadores de la institución.

Desde el 2007 la oficina de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física ha implementado herramientas de comunicación interna como pantallas informativas, televisión en recepción con los programas de televisión de la institución, programadores en las pantallas de las computadoras de los trabajadores, grupos de WhatsApp, buzón de sugerencia y boletines internos impresos. En la actualidad se hacen campañas de comunicación interna, reuniones informativas, se elaboran descansadores de pantalla para las computadoras de los trabajadores, se actualizan semanalmente carteleras informativas y para la solicitud de cualquier producto o servicio se elabora un oficio firmado y sellado por el encargado del área que lo requiere.

En el año 2015, alumnos del noveno semestre de licenciatura, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala realizaron un proyecto de seminario enfocado a facilitar las solicitudes de diseño gráfico por medio de un software que estaría disponible en la intranet de la institución; sin embargo, según el licenciado Omar Vela, no se ejecutó el plan de comunicación por falta de personal capacitado para elaborar esa herramienta de comunicación. En cuanto a las solicitudes de productos al área de audiovisuales de la unidad de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física solamente se hace por medio de un oficio firmado y sellado por el encargado de la unidad que lo solicita, el licenciado Omar Vela afirma que no existe otra herramienta o proceso para realizar esta gestión.

2.2 Objetivos de comunicación

2.2.1 Objetivos generales

Estandarizar procesos de solicitud de productos audiovisuales de la unidad de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física.

2.2.2. Objetivos Específicos

- Elaborar manual de procesos para la solicitud de productos audiovisuales.
- Elaborar material impreso para informar los pasos a seguir en el proceso de solicitud de productos audiovisuales.
- Reforzar la comunicación entre el personal de la unidad de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física y los solicitantes de productos audiovisuales.
- Establecer lineamientos para elaborar solicitudes de productos audiovisuales.

2.3. Público Objetivo

Personal de la Dirección General de Educación Física que haga solicitudes de productos audiovisuales al área de audiovisuales de la unidad de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física.

2.4. Mensaje

Informar, agilizar y satisfacer

2.5. Estrategias

1. Manual de procesos para la solicitud de productos audiovisuales
2. Reunión Informativa
3. Campaña de comunicación interna

Con el objetivo de facilitar información a las personas que solicitan productos audiovisuales a la unidad de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física se elaborará un manual de procesos para solicitud de productos audiovisuales, esto con el fin de estandarizar lineamientos al momento de hacer el requerimiento, y que el solicitante quede satisfecho con el producto.

Para dar a conocer este manual de procesos se utilizarán canales de comunicación ya existentes en la comunicación interna de la institución. Se utilizará el correo interno para informarle a los empleados sobre una reunión informativa organizada por el coordinador de la Unidad de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física, que tendrá como objetivo presentar el plan de comunicación de esa unidad, entre los puntos a tratar estará presentar el manual.

En dicha reunión, por medio de una diapositiva, se darán a conocer puntos relevantes sobre los lineamientos en el proceso para solicitar productos audiovisuales. Así mismo, se repartirán bifolios a los que asistan a la reunión y hagan solicitudes de productos audiovisuales.

Por su parte, se diseñarán descansadores de pantalla para colocar en las computadoras de los empleados, así mismo se elaborarán afiches para colocar en las carteleras ya existentes, estos servirán para realizar una campaña de comunicación interna para informar al empleado sobre los pasos y lineamientos establecidos para la solicitud de productos audiovisuales, esta campaña durará una semana.

Así mismo, dentro del marco de la campaña, por medio del correo electrónico interno se enviará el manual en digital, a los empleados de la institución que solicitan productos audiovisuales, de igual forma se hará con cada uno de los coordinadores de las diferentes unidades de la institución.

Se imprimirán 5 ejemplares del manual de procesos de solicitudes de productos audiovisuales los cuales serán distribuidos de la siguiente forma: dos al coordinador de la unidad de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física, uno al asesor del Ejercicio Profesional Supervisado –EPS-, uno servirá para el informe final del EPS y uno al ejecutor del EPS.

2.6. Acciones de comunicación

ACCIÓN 1	
Problema	Desconocimiento de los lineamientos para hacer solicitudes de productos audiovisuales.
Producto	Manual de procesos para realizar solicitudes de productos audiovisuales.
Objetivo comunicacional	Estandarizar lineamientos para la solicitud de productos audiovisuales.
Tipo de mensaje	Instructivo
Público objetivo	Trabajadores de la Dirección General de Educación Física que soliciten productos audiovisuales a la unidad de Promoción y Divulgación.
Medio de difusión	Impreso y digital. Se imprimirán 4 ejemplares que serán entregados al coordinador de la unidad de Promoción y Divulgación, asesor del epesista, informe final y epesista. El formato digital, por medio del correo interno, será distribuido a todos los empleados de la institución que soliciten productos audiovisuales.



Tabla de contenido

- Temporalidad de la solicitud y entrega
- Diseño
- Formatos de entrega
- Tipos de solicitud
- Línea gráfica
- Imagen institucional
- Catalogo institucional
- Aprobación de coordinadores
- Límite de cambios
- Elementos mandatorios y anexos
- Excepciones
- Normativas

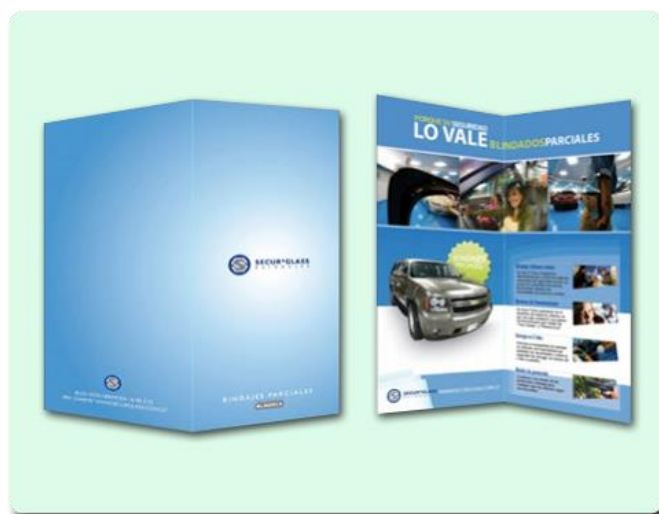
Fuente: Elaboración propia

El manual de procesos para solicitar productos audiovisuales a la unidad de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física se distribuirá en digital por medio del correo interno de la institución a todas las personas que soliciten productos audiovisuales.

Los ejemplares impresos serán a media carta en papel couche a full color y se entregarán dos al coordinador de la unidad de Promoción y Divulgación de la Dirección General de educación Física, uno al asesor del epesista, uno servirá para entregar en el informe final y uno para el epesista. La inducción para utilizar el manual será en la reunión informativa.

El objetivo de elaborar este manual es establecer lineamientos para solicitar productos audiovisuales a la unidad de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física, el cual ayudará a mejorar la realización de solicitudes, elaboración y entrega de productos audiovisuales. Con este manual se pretende tener un ordenamiento en el área de audiovisuales y que el solicitante quede satisfecho al momento de recibir su producto.

ACCIÓN 2	
Problema	Desinformación para realizar el debido proceso de solicitudes de productos audiovisuales.
Producto	Bifoliar informativo de los pasos para realizar solicitudes de productos audiovisuales.
Objetivo comunicacional	Reforzar por medio de una infografía los pasos a seguir para solicitar productos audiovisuales.
Tipo de mensaje	Informativo
Público objetivo	Trabajadores de la Dirección General de Educación Física que asistan a la reunión informativa y que soliciten productos audiovisuales a la unidad de Promoción y Divulgación.
Medio de difusión	Se imprimirán 200 ejemplares los cuales se entregarán personalmente a las personas que asistan a la reunión informativa y a las personas que soliciten los productos audiovisuales y no conozcan aún el proceso.



Fuente: <https://goo.gl/PoENBw>

Los bifolios serán impresos a media carta en papel couche, full color. En la parte interna irá una infografía con los pasos a seguir para solicitar un producto audiovisual a la oficina de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física. Tendrá una portada con la descripción del producto y una contraportada con las redes sociales, página y números de teléfono de la institución.

ACCIÓN 3	
Problema	Desconocimiento de procesos y lineamientos para la solicitud de productos audiovisuales.
Producto	Reunión informativa
Objetivo comunicacional	Explicar los nuevos lineamientos y procesos para solicitar productos audiovisuales. Presentación del manual de procesos.
Tipo de mensaje	Explicativo e inductivo
Público objetivo	Trabajadores de la Dirección General de Educación Física que asistan a la reunión informativa y que solicitan productos audiovisuales a la unidad de Promoción y Divulgación.
Medio de difusión	Será una sola reunión informativa donde participaran todos los trabajadores de la Dirección General de Educación Física, uno de los puntos a tratar en esta reunión será la presentación del manual de procesos.

La reunión informativa será organizada y convocada por el coordinador de la unidad de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física e irá dirigida a todo el personal de la institución, sin embargo; uno de los puntos a tratar en esta reunión será la presentación del manual de procesos para realizar solicitudes de productos audiovisuales.

A las personas interesadas y que realizan solicitudes de productos audiovisuales a la unidad de Promoción y Divulgación se les entregará un bifoliar al finalizar la reunión informativa. Así mismo, a cada uno de ellos se les solicitará llenar una ficha de datos para obtener la información necesaria la cual servirá para enviar en digital el manual de procesos de solicitudes, por medio del correo electrónico interno.

ACCIÓN 4	
Problema	Desconocimiento de procesos y lineamientos para la solicitud de productos audiovisuales.
Producto	Campaña de comunicación interna
Objetivo comunicacional	Dar a conocer los pasos a seguir para realizar solicitudes de productos audiovisuales.
Tipo de mensaje	Informativo
Público objetivo	Trabajadores de la Dirección General de Educación Física que solicitan productos audiovisuales a la unidad de Promoción y Divulgación.
Medio de difusión	25 afiches tamaño tabloide, impresos a full color en papel bond. Descansador de pantalla para ponerlo en la computadora de los trabajadores.

Esta acción se realizará para reforzar la información dada en la reunión informativa. La campaña de comunicación interna tardará una semana y comenzará el día de la reunión informativa. Para la campaña se realizará un afiche que será colocado en las carteleras ya existentes e instaladas en puntos estratégicos de la institución.

También se elaborará un descansador de pantallas que, por medio de la oficina de informática de la Dirección General de Educación Física, será puesta en cada una de las pantallas de las computadoras de escritorio de los trabajadores.

ACCIÓN 5	
Problema	Desconocimiento de los pasos a seguir para solicitar productos audiovisuales.
Producto	Afiche
Objetivo comunicacional	Dar a conocer los pasos a seguir para realizar solicitudes de productos audiovisuales.
Tipo de mensaje	Informativo
Público objetivo	Trabajadores de la Dirección General de Educación Física que solicitan productos audiovisuales a la unidad de Promoción y Divulgación.
Medio de difusión	Impresión a full color de 25 afiches tamaño tabloide en papel bond. Serán colocados en las carteleras ya existentes en la institución.



Fuente: <https://goo.gl/gZnf3e>

Esta acción será un producto de la campaña de comunicación interna y reforzará la información que se dio en la reunión informativa. Los afiches serán colocados en las carteleras ya existentes en la institución, las cuales están ubicadas en puntos estratégicos para que todo el personal se informe.

El contenido del afiche será una infografía con los pasos a seguir para realizar una solicitud de productos audiovisuales a la unidad de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física.

ACCIÓN 6	
Problema	Desconocimiento de los pasos a seguir para realizar solicitudes de productos audiovisuales.
Producto	Descansador de pantalla
Objetivo comunicacional	Dar a conocer los pasos a seguir para realizar solicitudes de productos audiovisuales.
Tipo de mensaje	Informativo
Público objetivo	Trabajadores de la Dirección General de Educación Física que solicitan productos audiovisuales a la unidad de Promoción y Divulgación.
Medio de difusión	Digital. Será puesto como fondo de pantalla en las computadoras de la institución.

Diez beneficios del lenguaje digital en la educación

Gracias a los diversos lenguajes que engloba, el lenguaje digital permite abrir infinitas puertas al conocimiento, aproximarse a la realidad del alumno y multiplicar las posibilidades de aprendizaje.



www.aulaplaneta.com aulaPlaneta

Fuente: <https://goo.gl/7eac3J>

Por medio de la unidad de informática de la referida institución, se colocará el fondo de pantalla a las computadoras que estén conectadas en la intranet de la dirección, esto con el fin de reforzar la información proporcionada en la reunión informativa.

Su contenido será una infografía, fácil de comprender, con los pasos a seguir para realizar una solicitud de productos audiovisuales a la unidad de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física.

ACCIÓN 7	
Problema	Desconocimiento de procesos y lineamientos para la solicitud de productos audiovisuales.
Producto	Presentación para la reunión informativa
Objetivo comunicacional	Dar a conocer los procesos y lineamientos para realizar solicitudes de productos audiovisuales.
Tipo de mensaje	Informativo e inductivo
Público objetivo	Trabajadores de la Dirección General de Educación Física que solicitan productos audiovisuales a la unidad de Promoción y Divulgación.
Medio de difusión	Será una presentación en digital y servirá como apoyo para dar a conocer los lineamientos y el manual de procesos. Se proyectará por medio de una cañonera para que el personal que asista a la reunión informativa lo pueda ver.



Fuente: <https://goo.gl/As7DV2>

Esta es otra de las acciones que se ejecutaran en la reunión informativa, su contenido será infográfico donde irán cada uno de los pasos a seguir para realizar una solicitud de productos audiovisuales, así se darán a conocer los lineamientos establecidos dentro del manual de procesos, con este material se pretende informar e inducir gráficamente a los asistentes. Así mismo se presentará el manual de procesos para realizar solicitudes de productos audiovisuales.

ACCIÓN 8	
Problema	Desconocimiento de lineamientos para la elaboración de solicitudes para productos audiovisuales
Producto	Ficha de datos
Objetivo comunicacional	Distribución del manual de procesos en digital
Tipo de mensaje	Informativo
Público objetivo	Trabajadores de la Dirección General de Educación Física que solicitan productos audiovisuales a la unidad de Promoción y Divulgación.
Medio de difusión	Digital. Se ingresarán los datos de cada persona en una hoja de Excel.

Se elaborará una ficha para recolectar datos de las personas que estén interesadas en recibir el manual de procesos para la solicitud de productos audiovisuales, así como todo el personal que realiza solicitudes de productos audiovisuales. Estos datos serán utilizados para enviar en digital el manual de procesos de solicitudes.

En la ficha se solicitarán datos como: Nombre, unidad y correo electrónico. Estos datos serán recolectados al finalizar la reunión informativa, previo a entregar el bifoliar.

ACCIÓN 9	
Problema	Desconocimiento de procesos y lineamientos para la solicitud de productos audiovisuales.
Producto	Envío de correo electrónico para distribuir el manual de procesos en digital
Objetivo comunicacional	Dar a conocer los pasos y lineamiento a seguir para realizar solicitudes de productos audiovisuales.
Tipo de mensaje	Informativo e inductivo
Público objetivo	Trabajadores de la Dirección General de Educación Física que solicitan productos audiovisuales a la unidad de Promoción y Divulgación.
Medio de difusión	En digital, por medio del correo interno de la institución

Por medio del correo interno que se utiliza en comunicación interna para enviar información, se enviará el manual de procesos a todas las personas que llenaron la ficha de datos en la reunión informativa, así como las personas que lo vayan requiriendo durante la ejecución del plan de comunicación.

CAPÍTULO III

3. Informe de ejecución

3.1. Proyecto desarrollado

Plan comunicacional para el área de audiovisuales de la coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física.

3.1.1. Financiamiento

El gasto total de la ejecución del Plan de Comunicación fue de Q.10,825.00 de los cuales el 92% fue financiado por el epesista y el 8% por la Dirección General de Educación Física.

Financiamiento	
Epesista	Q. 10,000.00
DIGEF	Q. 825.00
TOTAL	Q. 10,825.00

3.1.2. Presupuesto

Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo Total	Financiamiento
200	Impresión de bifoliales a full color con papel couche	Q.3.50	Q.700.00	DIGEF
25	Impresión de afiches tamaño tabloide a full color en papel bond	Q.5.00	Q.125.00	DIGEF
5	Impresión de manual de procesos de 12 páginas a full color en papel couche	Q.20.00	Q.100.00	Epesista
1	Diseño gráfico de bifoliar	Q.300.00	Q.300.00	Epesista
1	Diseño gráfico de afiche	Q.350.00	Q.350.00	Epesista
1	Diseño gráfico de manual	Q.500.00	Q.500.00	Epesista
1	Diseño gráfico de descansador de pantallas	Q.250.00	Q.250.00	Epesista
1	Asesoría de comunicación	Q.8,500.00	Q.8,500.00	Epesista
TOTAL				Q.10,825.00

3.1.3. Beneficiarios

Beneficiarios	Beneficios
Primarios Personal que solicita productos audiovisuales a la unidad de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física	El beneficio directo es para el personal que realiza solicitudes, ya que este podrá efectuar la gestión de una manera eficaz y rápida.
Secundarios - Técnicos ejecutores de productos audiovisuales - Coordinador de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física	Técnicos: tendrán ordenamiento en las solicitudes que ingresan, así como una descripción detalla del producto que se solicita. Coordinador: un eficiente registro y control de las solicitudes que ingresan.

3.1.4. Recursos humanos

Personal	Cargo	Actividad
Fernán Blanco	Community Manager	Desarrollo del formato oficial de solicitud de productos audiovisuales
Licenciado Josué Morales	Coordinador de Promoción y Divulgación	Edición de texto para manual de procesos de solicitud de productos audiovisuales
Valeria Arriola	Diseñadora Gráfica	Impresión de afiches y bifolios
Licenciado Omar Vela	Encargado de Comunicación Interna	Coordinación para elaborar campaña de comunicación interna

3.1.5. Área geográfica de acción

Área de Audiovisuales de la Coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física, Ministerio de Educación.

3.2. Estrategias y acciones desarrolladas

Estrategia 1: elaboración de manual de procesos para la solicitud de productos audiovisuales.

- **Objetivo Comunicacional:** estandarizar lineamientos para la solicitud de productos audiovisuales.
- **Descripción:** se elaboró un manual de procesos donde se detallaron los pasos a seguir para realizar una solicitud de productos audiovisuales, así

mismo se presentaron los productos audiovisuales que el área de Audiovisuales de la Unidad de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física ofrece. De igual forma se definieron lineamientos y especificaciones.

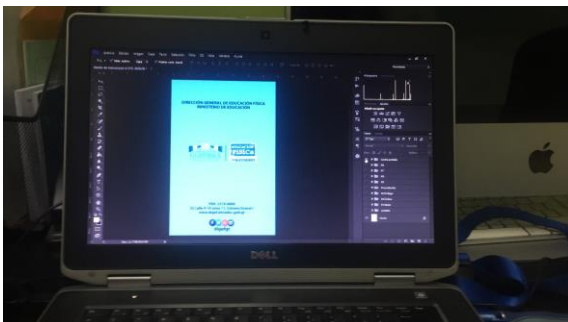
- **Acciones desarrolladas:**

- **Acción 1:** elaboración y redacción de manual.
- **Acción 2:** animación de manual en formato web interactivo.
- **Acción 3:** distribución de manual al personal de la Dirección General de Educación Física por medio del correo interno.

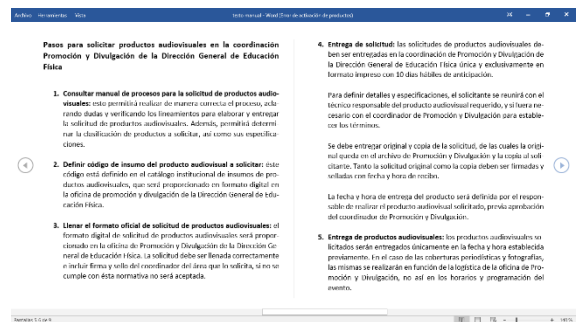
- **Imágenes:**



Diseño gráfico de la contraportada y portada del manual de procesos para solicitar productos audiovisuales. – junio 2017



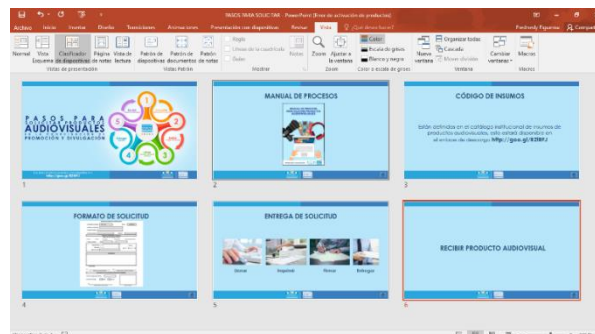
Elaboración del diseño gráfico de la contraportada del manual de procesos para solicitar productos audiovisuales. – julio 2017



Redacción del manual de procesos para solicitar productos audiovisuales. – junio 2017

Estrategia 2: reunión informativa

- **Objetivo comunicacional:** explicar los lineamientos y procesos
- para solicitar productos audiovisuales. Presentación del manual de procesos.
- **Descripción:** se realizó una reunión informativa con el personal de la Dirección General de Educación Física con el objetivo de dar a conocer el proceso de solicitud de productos audiovisuales.
- **Acciones desarrolladas:**
 - **Acción 1:** elaboración de diapositiva para presentación del proceso de solicitud de productos audiovisuales.
 - **Acción 2:** elaboración de una ficha de datos en hoja de Excel para realizar base de datos de personas que realizan solicitudes de productos audiovisuales.
- **Imágenes:**

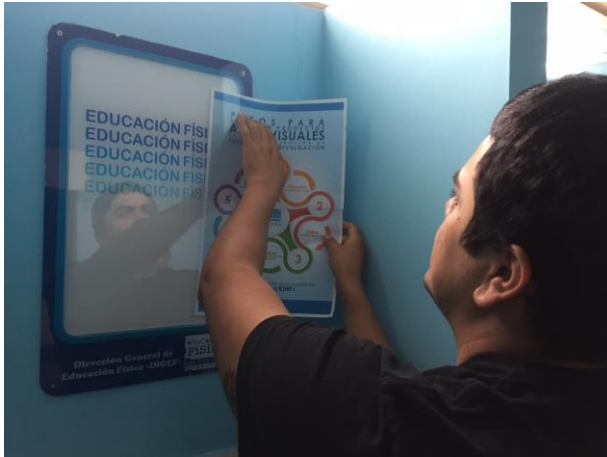


Diapositivas de la presentación del proceso para solicitar productos audiovisuales. – julio 2017

Estrategia 3: campaña de comunicación interna

- **Objetivo comunicacional:** dar a conocer el proceso para solicitar productos audiovisuales a la coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física.
- **Descripción:** por medio de las canales de información que ya existían en la comunicación interna de la Dirección General de Educación Física, se realizó la campaña, con el objetivo de informar a todo el personal el proceso para solicitar productos audiovisuales a la coordinación de Promoción y Divulgación.
- **Acciones desarrolladas:**
 - **Acción 1:** elaboración de un bifoliar informativo con los pasos a seguir para realizar una solicitud de productos audiovisuales, así como la enumeración de los productos audiovisuales que el área de audiovisuales de la coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física realiza.
 - **Acción 2:** distribución de los bifolios informativos al personal de la Dirección General de Educación Física.
 - **Acción 3:** elaboración de un afiche informativo
 - **Acción 4:** colocación de los afiches informativos en las carteleras de la Dirección General de Educación Física.
 - **Acción 5:** elaboración de un fondo de pantalla
 - **Acción 6:** creación de un enlace de descarga por medio de google drive donde está disponible el manual de procesos, el formato oficial de solicitud de productos audiovisuales y el catálogo de insumos.
 - **Acción 7:** elaboración de un boletín informativo digital el cual fue enviado a todo el personal de la Dirección General de Educación Física, este contenía adjunto el manual de procesos, el formato oficial de solicitud de productos audiovisuales y el catálogo de insumos.

- **Imágenes:**



Epesista Frednesly Figueroa en colocación de afiches en las carteleras de comunicación interna de la Dirección General de Educación Física. -julio 2017



Bifoliar informativo a disposición del personal de la Dirección General de Educación Física. -julio 2017



Diseño de fondo de pantalla con los pasos a seguir para solicitar productos audiovisuales. – julio 2017

Estrategia 4: elaboración de formato oficial para solicitar productos audiovisuales a la coordinación de Promoción y Divulgación.

- **Objetivo Comunicacional:** facilitar al personal la redacción de la solicitud.
- **Descripción:** con la ayuda de community manager de la coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física, Fernán Blanco, se elaboró en una hoja de Excel el formato oficial para solicitar productos audiovisuales a la coordinación antes mencionada. Este es un formato no modificable que está disponible para todo el personal.
- **Acciones desarrolladas:**
 - **Acción 1:** elaboración del formato oficial para solicitar productos audiovisuales.
 - **Acción 2:** distribución del formato digital por medio del correo de comunicación interna y el enlace de descarga generado por medio de google drive.
- **Imágenes:**

SOLICITUD DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES

Correlativo de solicitud: 2017 - [] Fecha: 23/08/2017

Nombre del solicitante: []

Unidad Solicitante: []

Correo electrónico: [] Teléfono: []

PRODUCTO AUDIOVISUAL A SOLICITAR

Marque uno o más productos a solicitar

Audio Video Fotografía Diseño Gráfico Redes Sociales / Sitio Web

Cobertura Periodística Del: [] Al: []

llenar únicamente en caso de cobertura periodística

Departamento: Guatemala Municipio: Guatemala Lugar del evento: [] Horario: De 10:00 a 21:00

DESCRIPCIÓN

[]

Atentamente,

(F) [] (F) []

Nombre y Firma del Solicitante Nombre, Firma y Sello del Coordinador

Uso exclusivo de la Coordinación de Promoción y Divulgación

Fecha de entrega del producto: []

Formato de Entrega Digital Impreso

(f) [] []

Nombre y firma de quién recibe Sello de recibido

Formato oficial para solicitar productos audiovisuales en la coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física. – Julio 2017 (Ver anexo 7)

3.3. Cronograma de actividades

Actividad	Junio					Julio			
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Redacción del texto para el manual de procesos	■	■	■						
Edición de texto del manual de procesos			■						
Elaboración del diseño gráfico para el manual de procesos				■	■				
Elaboración del diseño gráfico para el bifoliar				■	■				
Elaboración del diseño para afiches y descansador de pantallas				■	■				
Elaboración del formato oficial de solicitud de productos audiovisuales					■				
Aprobación de diseños						■			
Impresión de materiales							■		
Elaboración de presentación para reunión informativa							■		
Elaboración de ficha para recaudación de datos							■		
Convocatoria para reunión informativa							■		
Reunión informativa (presentación del manual de procesos)								■	
Campaña de comunicación interna								■	
Monitoreo de resultados de la ejecución del plan de comunicación									■

3.4. Control y seguimiento

Estrategia	Indicadores cuantitativos	Indicadores cualitativos
<p>Elaboración de manual de procesos.</p> <p>Objetivo: estandarizar procesos para realizar solicitudes de productos audiovisuales.</p>	<p>De las 50 personas, bajo el renglón presupuestario 011, que realizan solicitudes de productos audiovisuales, 38 de ellas hicieron uso del manual. Quedó en evidencia al momento que realizaron las solicitudes de productos audiovisuales.</p>	<p>“Este manual vino a solucionar varios inconvenientes que se generaban al momento de solicitar productos audiovisuales”, Valeria Arriola, diseñadora gráfica de DIGEF.</p> <p>“Con estos lineamientos se tiene un mejor ordenamiento de las solicitudes que ingresan”, Claudia Martínez, asistente de Promoción y Divulgación de DIGEF.</p> <p>“Estos lineamientos establecidos por Promoción y Divulgación facilita la elaboración de solicitudes con los detalles puntuales que se requieren”, Isabel López, recepcionista de DIGEF.</p>
<p>Reunión informativa</p> <p>Objetivo: Informar al personal de la Dirección General de Educación Física el procedimiento para solicitar productos audiovisuales.</p>	<p>Asistieron 48 personas a las cuales a todas se le dio la información del proceso de solicitud de productos audiovisuales.</p>	<p>“No recuerdo cuando fue la última vez que nos dieron información detallada de cómo realizar gestiones de solicitudes para la coordinación de Promoción y Divulgación, muy buena iniciativa”, Mayte Menéndez, asistente de Cooperación Interinstitucional de DIGEF.</p> <p>“Con estas nuevas herramientas ya podemos hacer bien el proceso de solicitudes, y obtener sin contratiempos los productos que se solicitan”, Evelyn Garavito, coordinadora de eventos de DIGEF.</p> <p>“La dinámica que estableció promoción y divulgación para solicitar productos audiovisuales está ayudando a que se detallen de una mejor manera los requerimientos de los productos que solicitamos”, William Salguero, jefe de INJUD.</p>
<p>Campaña de comunicación interna.</p> <p>Objetivo: Reforzar la información proporcionada en la reunión</p>	<p>Esta campaña de comunicación interna fue dirigida a todo el personal de la Dirección General de Educación Física, de los cuales fueron 218</p>	<p>“Lo mejor de todo esto es que los archivos para hacer las solicitudes se pueden obtener por medio del enlace de descarga”, Etelevina</p>

<p>informativa por medio de una infografía con los pasos a seguir para solicitar productos audiovisuales.</p>	<p>personas bajo el renglón presupuestario 011.</p>	<p>Arriola, asistente del área curricular de DIGEF.</p> <p>“Esta campaña sirvió para que el personal de la institución se informara sobre la implementación del proceso de solicitudes”, licenciado Josué Morales, coordinador de Promoción y Divulgación de DIGEF.</p> <p>“Tengo tres años de trabajar en la institución y nunca había visto información para solicitar productos a Promoción y Divulgación, ahora ya se hacerlas correctamente”, Juan Daniel Reyes, asistente de seguimiento y monitoreo de DIGEF.</p>
<p>Elaboración del formato oficial de solicitud</p> <p>Objetivo: Facilitar al personal la realización de solicitudes de productos audiovisuales.</p>	<p>De las 50 personas proyectadas para utilizar este formato, 38 hicieron uso de él. Se evidenció en la cantidad de solicitudes que ingresaron durante el monitoreo.</p>	<p>“Ahora es mucho más fácil realizar las solicitudes y así se lleva un mejor control con el tiempo de entrega de los productos”, Fernán Blanco, community manager de DIGEF.</p> <p>“Con este formato digital el personal está elaborando las solicitudes de una mejor manera”, licenciado Omar Vela, encargado de comunicación interna de la DIGEF.</p> <p>“Nuestro deber como gestores de calidad es facilitar herramientas a los trabajadores de la institución, definitivamente este formato está facilitando el trámite correspondiente para solicitar productos audiovisuales a la coordinación de Promoción y Divulgación, nuestro gran reto ahora es mejorarlo y certificarlo”, Alberto López, gestor de calidad de DIGEF.</p>

Conclusiones

Los resultados del plan comunicacional elaborado para el Área de Audiovisuales de la coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física fueron positivos según lo indicado por el personal de la institución. Se logró ejecutar cada una de las estrategias y acciones planteadas en el plan de comunicación y se elaboró una nueva estrategia durante la ejecución del plan de comunicación siendo esta el formato oficial de solicitud de productos audiovisuales.

Al final de la ejecución del plan de comunicacional se pudo constatar que fueron más los beneficiados con la elaboración del manual y la estandarización de procesos, y aumentará aún más con la contratación de personal bajo el renglón 189 y 022.

Los archivos oficiales para la elaboración de una solicitud de productos audiovisuales fueron enviados por medio del correo interno de comunicación interna de la institución. Sin embargo, se habilitó un enlace de descarga por medio de google drive para que estén disponibles permanentemente para quien desee obtenerlos, se realizó de esta manera para evitar tráfico de gente en la coordinación de Promoción y Divulgación, así mismo para facilitarle a los trabajadores la elaboración de solicitudes.

Por la rapidez y delimitación del tema del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, no se abarcaron todos los problemas encontrados durante el diagnóstico comunicacional, por lo que aún existe campo de estudio para la elaboración de trabajos comunicacionales.

Recomendaciones

A consecuencia de la falta de personal contratado en la institución, el formato de solicitud de productos audiovisuales de la coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física no se elaboró en el sistema interno de la institución, lo cual le competía a los ingenieros de la unidad de Desarrollo Tecnológico elaborar el programa, por lo que aún queda campo de ejecución para realizar esta gestión con el personal competente para que el formato esté disponible en la intranet, al igual que las solicitudes de viáticos o automóviles, por ejemplo.

Para que el formato de solicitud de productos audiovisuales sea subido a la página de la ISO debe ser revisado y autorizado por Gestión de la Calidad de la coordinación de Seguimiento y Monitoreo de la Dirección General de Educación Física; sin embargo, no se realizó el proceso por el poco tiempo que se disponía en la práctica supervisada del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, para realizar la gestión debe hacerse con los protocolos correspondientes para que surja efecto.

Según el diagnóstico realizado en este proyecto, en el área de vídeo de la coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física, es necesario elaborar un manual que estandarice la realización de videos, el cual puede ser útil para los nuevos técnicos que realicen vídeos institucionales o de cobertura periodística. Por su parte, las redes sociales son poco conocidas por los trabajadores de la institución, por lo que puede ser otro campo de investigación.

Glosario de términos

A

AMA: Asociación Mundial Antidopaje.

C

CADE: Consejo Americano de Deporte.

Catálogo de insumos: listado institucional de productos identificados por medio de código.

Centro educativo público oficial: establecimiento reconocido y abalado por el ministerio de educación.

CID: Consejo Iberoamericano de Deportes.

CODICADER: Consejo del Istmo Centroamericano de Deportes y Recreación.

Community Manager: es la persona profesional responsable de gestionar la presencia de una empresa o marca en el entorno 2.0.

CONCECADE: Consejo Centroamericano y del Caribe del Deporte y la Recreación.

Correo interno: correo electrónico creado por el ministerio de educación que se utiliza para enviar información a todos los trabajadores de la institución.

D

DEFREDE: Dirección General de Educación Física, Recreación y Deportes Escolar.

DIGEF: Dirección General de Educación Física

E

Epesista: individuo participante del Ejercicio Profesional Supervisado previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

EPSSL: Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

F

FODA: herramienta de planificación estratégica, diseñada para realizar un análisis interno (Fortalezas y Debilidades) y externo (Oportunidades y Amenazas) en la empresa.

G

Google drive: servicio de almacenamiento de datos en la nube de la red.

I

Imagen institucional: elementos que identifican y distinguen a la institución como el logotipo, colores, tipografía, etc.

INAJU: Instituto Nacional de la Juventud.

InHouse: personal técnico que elabora productos audiovisuales dentro de la institución.

Intranet: red de informática interna de una empresa y organismo, en la que las computadoras están conectadas a uno o varios servidores web de la institución.

ISF: Federación Escolar Internacional de Deporte (International School Sport Federation).

ISO: Organización Internacional para la Estandarización (Sistema de Gestión de Calidad).

M

Mineduc: Ministerio de Educación.

Muestreo: selección de un conjunto de personas que se consideran representativas al campo de estudio.

P

Página de la ISO: página web disponible para todos los trabajadores de la institución para realizar gestiones administrativas.

POA: Plan Operativo Anual.

Producto audiovisual: contenidos para la comunicación que elabora la coordinación de Promoción y Divulgación de la DIGEF.

PyD: Promoción y Divulgación.

R

Renglón presupuestario 011: personal permanente.

Renglón presupuestario 189: personal contratado por evento o producto.

Renglón presupuestario 022: personal contratado por un año, tiene todos los beneficios del 011 en excepción del aumento salarial y la indemnización.

T

Tabulación: expresión de valores por medio de tablas o cuadros.

Bibliografía

- Campoy, T. y Gomes, E. (2009). *Manual básico para la realización de tesinas, tesis y trabajos de investigación*. Recuperado de http://www2.unifap.br/gtea/wp-content/uploads/2011/10/T_cnicas-e-instrumentos-cualitativos-de-recogida-de-datos1.pdf
- Creswell, J. y Plano Clark, V. (2007). *Designing an Conducting Mixed Methods Research*. Thousand, California: Sage.
- Guerra, M. y Peña, S. (Ed.). (2010). *Manual de Publicaciones de la American Psychological Association*. Distrito Federal, México: Editorial El Manual Moderno.
- Hueso, A. y Cascant, J. (2012). *Metodologías y técnicas cuantitativas de investigación*. Recuperado de https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/17004/Metodolog%EDa%20y%20t%E9cnicas%20cuantitativas%20de%20investigaci%F3n_6060.pdf?sequence=3
- León, O. (2016). *Cómo redactar textos científicos y seguir las normas APA 6ta*. Madrid, España: Garceta.
- Morán, G. y Alvarado, D. (2010). *Métodos de investigación*. Recuperado de <https://drive.google.com/file/d/0B7qpQvDV3vxvREEyMzV3YjIwD0E/edit>
- Patricio, M. (2017) *Diagnóstico de la comunicación interna de la Dirección General de Educación Física* (Ejercicio Profesional Supervisado). Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala.

Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*.

Recuperado de https://competenciashg.files.wordpress.com/2012/10/sampieri-et-al-metodologia-de-la-investigacion-4ta-edicion-sampieri-2006_ocr.pdf

Egrafía

Concua, E. (2011). *Catálogo de unidades y programas de la Dirección General de Educación Física -DIGEF- del Ministerio de Educación*. Guatemala: ISSUU.

Recuperado de <https://issuu.com/digef/docs/catalogo--institucional-digef-2011>

Universidad de las Américas Puebla. (2014). *¿Cómo hacer un índice automático en Word?* México: BlogUdlap. Recuperado de <http://blog.udlap.mx/blog/2014/02/comohacerunindiceautomaticoenword/>

Universidad de Sonora. (2017). *El Muestreo*. México: Departamento de Matemáticas.

Recuperado de <http://www.estadistica.mat.uson.mx/Material/elmuestreo.pdf>

Universidad Javeriana. (2017). *Normas APA sexta edición*. Centro de Escritura Javeriano.

Recuperado de <http://portales.puj.edu.co/ftpcentroescritura/Recursos%20C.E/Estudiantes/Referencia%20bibliogr%C3%A1ficas/Normas%20APA%206a%20actualizada.pdf>

Normas APA. (2017). *Normas APA sexta edición*. Normas APA. Recuperado de

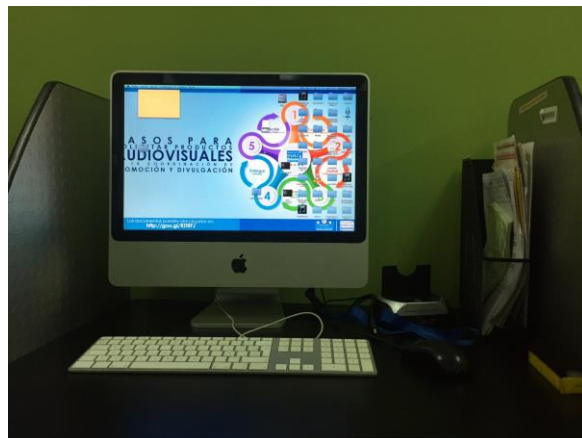
<http://normasapa.net/2017-edicion-6/>

Anexos

Anexo 1: Documentación fotográfica complementaria de las actividades realizadas durante la Práctica Profesional.



Cartelera actualizada con el afiche de los pasos a seguir para solicitar productos audiovisuales. – julio 2017



Fondo de pantalla en las computadoras del personal, con los pasos a seguir para solicitar productos audiovisuales. – julio 2017



Actualización de acrílicos con los pasos a seguir para solicitar productos audiovisuales. – julio 2017



Epesista Frednesly Figueroa en presentación del plan de comunicación con el licenciado Josué Morales, coordinador de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física. –abril 2017

Anexo 2: Cotizaciones



1ra calle a 15-87 zona 8 de mixco San Cristobal

provision@gmail.com

3034-5379



COTIZACIÓN

Diseño de afiche tamaño tabloide	Q. 350.00
Diseño de bifoliar	Q. 300.00
Diseño de manual de 12 páginas tamaño media carta	Q. 500.00
Diseño de descansador de pantalla	Q. 250.00
TOTAL	<u>Q. 1400.00</u>



0 CALLE "A" 30-90 ZONA 7 UTLATAN I

TEL. 24346239 * 24395489 * 24346836

E-MAIL: msdigital09@gmail.com

Guatemala, 13 DE MAYO 2017

Sres.

Atte. Emanuel Figueroa

Presente.

Detalle lo siguiente

25	Afiches impresos a full color en bond solo tiro, medida tabloide	Q. 175.00
200	Bifolios impresos a full color en couche tiro/retiro, ½ carta	Q. 700.00
5	Manual impresos a full color en couche de 12 páginas tiro/retiro, ½ carta	Q. 100.00
TOTAL Q. 975.00		

Anexo 3: Transcripción completa de la entrevista

Nombre: Josué Clodoaldo Morales Monroy

Cargo: coordinador de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física.

Fecha: 17 de febrero de 2017

Lugar: oficina de la coordinación de Promoción y D Divulgación de la Dirección General de Educación Física.

1. ¿Cuáles son los productos audiovisuales que la unidad de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física produce?

En el tema de diseño gráfico, logotipos, artes finales, solicitudes de material institucional, productos de catálogo institucional, afiches, banner, bifolios, y algunos materiales para redes sociales como banners digitales que son soporte para todo el tema de comunicación interna.

En el tema de video, por supuesto los videos que son para el programa de televisión, algunos videos institucionales que son para algunas unidades y algunos spots de televisión que son de soporte para el programa de televisión y que pueden servir también como promociones para redes sociales, más versiones cortas de videos para redes sociales y en el tema de audio, obviamente se edita toda la, todo el tema de voz en off para, para los videos que se realizan y en algún momento se producen spots de radio y algunos resúmenes de radio.

Y también se realizan algunas animaciones digitales que son para vestir el programa de televisión como intros, despedidas, idas a corte, créditos, obviamente también todos los créditos para el programa, alguno gif que son parte de las promociones para redes sociales y fotografías de los eventos que realiza la DIGEF, esto en líneas generales, son los productos de audiovisuales.

2. De los productos anteriormente mencionados, ¿Cuáles son los que reciben más solicitudes por el personal de la institución?

Sin lugar a dudas es el de diseño gráfico, el de diseño gráfico porque, primero la mayoría de unidades requieren promocionar sus actividades y eventos, entonces hay muchas solicitudes para promocionar actividades como juegos escolares, programas de juventud, eventos de recreación y las solicitudes son básicamente afiches, tanto impresos como digitales para el portal y también hay un gran tráfico de solicitudes de material de soporte para compras, es decir, todo el material de compras tiene que llevar un diseño como por ejemplo: diplomas, tazas, uniformes deportivos o implementación didáctico deportiva.

En una segunda cantidad digamos y que es sistemático es la producción de los programas de televisión, aunque si bien no es una solicitud, sino que es un programa, es una estructura ya elaborada dentro de la planificación semanal, es algo que se hace periódicamente y también solicitan algunos vídeos de las diferentes unidades, regularmente para capacitaciones o algunos para gestión de rendición de cuentas.

3. ¿Qué proceso establecido existe para la solicitud de productos audiovisuales que elabora la unidad de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física?

Bueno, la solicitud. Bueno, se elaboró un oficio donde se establecía que las solicitudes tenían que realizarse por escrito y con un periodo mínimo de 15 días para atender las solicitudes y a partir de eso el proceso que existe exclusivamente es que la gente elabora un oficio para hacer las solicitudes.

¿Hace cuánto se elaboró este oficio? hace aproximadamente dos años

4. Si existe un proceso, ¿Cómo ha informado al personal de la institución para que conozca dicho proceso?

Exclusivamente por un oficio, no ha habido otra forma de socializarlo realmente.

5. ¿Cuál es proceso de elaboración de productos audiovisuales desde que se recibe la solicitud?

Bueno, la solicitud llega dirigido hacia el coordinador, que este caso es hacia mi persona, la solicitud la recibe la recepcionista, la margina, bueno me la hace llegar a mí y yo la margino a quien corresponde, ya sea si es una producción de audio, de vídeo o de diseño gráfico o de fotografía y regularmente lo margino. Tengo una pequeña reunión con el encargado de cada área en particular, donde vemos las especificaciones y detalle del trabajo que se va a realizar, cuando es necesario viene el encargado de la solicitud del producto para que nos dé algunos detalles en particular y posteriormente ya se establecen los plazos de entrega, se comienza a hacer la elaboración del producto y en función, depende la relación del tráfico que se tenga de trabajo, las solicitudes pueden ir desde según el tráfico, si es mucha la actividad, desde la entrega en el mismo día o una entrega de una semana o un máximo de 15 días.

6. Regularmente, ¿Con cuánto tiempo de anticipación reciben las solicitudes de productos audiovisuales?

Debería de ser 15 días. Yo trato de ser flexible en el entendido que conozco la dinámica de la institución, las unidades regularmente tienen que modificar su planificación que ya tenían a partir que no hay cuota presupuestaria o a partir que modificaron algunas gestiones de transporte o de viáticos o de algo en particular, entonces la normativa debiese ser 15 días, si fuese 15 días realmente no se pudieran atender muchas solicitudes, la flexibilidad responde a la misma dinámica que tiene la Dirección General de Educación física y en base a eso pues a veces uno es flexible una semana, puede ser flexible dos o tres días, incluso hasta entrega de último momento, pero la dinámica y la normativa es que son 15 días previos para la elaboración del diseño.

7. ¿Con qué frecuencia recibe solicitudes de productos audiovisuales de último momento?

Alegan chucha sí vi esa. La mayoría de unidades intenta planificar, las solicitudes de último momento regularmente son del departamento de compras, es decir de un diseño que ya fue elaborado pero que tiene que tener alguna modificación porque las bases de licitación o las bases de cotización están así establecidas o porque el proveedor que va hacer el producto requiere alguna modificación o algún cambio en la forma de grabación del formato digital, básicamente es bajo esa misma línea, ahí, compras debería ser.

8. Aproximadamente, ¿Cuántas solicitudes de productos audiovisuales recibe semanalmente?

De diseño gráfico no menos de 30 semanales, de fotografías igual, alrededor de unas 10 solicitudes semanales y en el tema de vídeos se trata de planificar que no sea mucho, yo calculo que alrededor de 2 vídeos semanales, más el tráfico propio de los productos internos de vídeo, como son el programa de televisión y las redes sociales.

9. ¿Considera que las solicitudes de último momento de productos audiovisuales afectan la planificación del área de audiovisuales de la coordinación de Promoción y Divulgación? ¿Por qué?

Son un problema por supuesto, es un problema porque primero genera la molestia para el encargado del trabajo final porque se le acumula trabajo y no se le permite planificar, genera molestia porque muchas veces hay solicitudes que han hecho un trámite y están haciendo el proceso correcto y los trabajos a última hora tiene que, como que brincarse digamos ese trámite y pasar por encima de quien ya lo había realizado.

Pero realmente las solicitudes de último momento, yo sí requiero que haya una solicitud formal y por escrito, ya sea por el encargado del departamento de compras, de alguna subdirección si fuera su caso y se intenta explicar que son eventualidades y se trata de que no sean periódicas ni sistemáticas. Es decir, un trabajo de último momento está bien una vez, pero no es que sea de manera repetitiva.

10. ¿Cree que este inconveniente influye en que las personas no queden satisfechas con el producto final?

Nosotros nos caracterizamos que independientemente del trámite sea dentro del periodo planificado o dentro del servicio de último momento el producto final sea de calidad y cumpliendo con todas las normativas. O sea, en ese sentido el que hace el servicio de último momento es el que tiene que entender de los inconvenientes que se deben de realizar, obviamente el inconveniente no es para el que solicita, sino que para nosotros que prestamos el servicio. Particularmente, reitero, para quienes hacen el trabajo final que requieren trabajar sobre el tiempo, quedarse a trabajar horas fuera del horario normal y bueno, al final de cuentas lo que yo sí te garantizo es que tratamos que al menos la calidad del producto final no tenga ninguna alteración en cuanto a calidad.

11. ¿Cuántos días considera prudente para la solicitud de un producto audiovisual? ¿Por qué?

Lo hemos hablado, consideramos que 15 días es un tiempo prudencial.

12. ¿Cuál ha sido la mayor dificultad de comunicación con el personal de la institución y el área de audiovisuales?

Okey, lo que ha pasado es que no existe un manual que pueda regular elementos básicos como desde los tiempos de solicitud, desde los elementos que van involucrados dentro del producto final, llámese imágenes, textos, color diseño, concepto, objetivo de comunicación, objetivo institucional de comunicación.

Casi no existe ese tiempo, muchas veces el diseño viene con muchas, la solicitud viene con muchas generalidades, entonces lo que se hace es que se tiene que mandar a llamar a la persona encargada para que nos dé un poco de detalles de qué fotografía más o menos pretende que salga en el diseño para ver el objetivo final de lo que se va a proyectar como producto final y luego que pese que existe un manual institucional de imagen.

Nosotros somos muy diversos en cuanto al manejo de color y a cuanto al manejo de imagen; creo que, si existiera un manual institucional en el tema de audiovisuales, eso hasta facilitaría un poco más el trabajo de los diseñadores gráficos porque ya se tendría una línea concreta y estandarizada durante un periodo de un año; por ejemplo, para el manejo de imagen, color, línea audiovisual, línea gráfica y eso ya permitiría tener un poco más de facilidad para tener el trabajo. Te lo digo de otra manera, un diseño gráfico de un afiche por ejemplo no debería variar más que en la fotografía, en el titular y en el texto de información general, pero en la estructura y el cuerpo general debería ser el mismo, mientras que acá utilizamos un diseño para fiestas patrias, un diseño para juegos escolares, un diseño para programas de juventud, un programa para la clase de educación física. En línea general, el manual ayudaría a estandarizar la imagen y a estandarizar el diseño de todos los productos que se manejan institucionalmente.

13. ¿Cuáles son los objetivos del área de audiovisuales?

Bueno, el objetivo del área de audiovisuales, es obviamente responder a las solicitudes y a las necesidades de las diferentes unidades, responder a las solicitudes y necesidades de la oficina de Promoción y Divulgación y por ende responder a las necesidades de la Dirección General de Educación Física en el sentido de elaborar diseño gráfico y artes finales de calidad en función de promover la misión y visión institucional y en el sentido de realizar productos videográficos y de audio de mucha calidad para cumplir con la misión y visión institucional.

14. ¿Cuáles son los lineamientos para la elaboración de los diferentes productos audiovisuales que realizan?

Bueno, para empezar la oficina de Promoción y Divulgación tiene una estrategia de comunicación, la estrategia de comunicación obviamente marca procesos y marca como que líneas de trabajo bien definidas. En el tema de audiovisual lo que se busca, obviamente es estar apegado y alineado a la imagen y estructura de gobierno; sí, pero... sin embargo, tratando de no estar con la sombrilla institucional de gobierno, sino que tratar de ver una estrategia de comunicación un poco más estratégica o publicitaria.

Regularmente todo lo que tiene techo de gobierno no tiene una buena percepción, por consiguiente nosotros utilizamos y no podemos utilizar, no podemos dejar de utilizar elementos mandatorios como logotipo de gobierno, logotipo del Ministerio de Educación, incluso en algunos casos, logotipo de conader, que pertenecemos también al conader, pero tratamos de darle una imagen que sea más orientada hacia niños y jóvenes para que tenga una buena aceptación y una buena percepción y en base a eso tratamos que toda la línea audiovisual, ya sea de diseño gráfico o de audios o de vídeos que pues esté orientado a tener imágenes de jóvenes, imágenes de niños, colores atractivos para ese nuestro grupo objetivo, imágenes en movimiento porque la actividad física y el ejercicio generan movimiento, generan mucha sensación de acción, de actividad y eso en cuanto a la forma, en cuanto al contenido tratamos obviamente de utilizar mensajes y frases que motiven a la gente, a los niños, a los jóvenes y que se despierte en ellos el interés por hacer ejercicio, por hacer actividad física, por hacer una buena práctica de la actividad física obviamente para mejorar su calidad de vida por medio del ejercicio.

Es decir, en cuanto a contenido las frases y el texto o las voces en off son las que marcan este concepto y en cuanto a forma, todo el elemento gráfico que ya puede describir.

Anexo 4: Modelo de la encuesta



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado
Diagnóstico comunicacional



Encuesta

Las preguntas que se realizan en esta encuesta servirán para elaborar un diagnóstico en el área de audiovisuales de la coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física.

Marque con una "X" la respuesta que considere la correcta.

1. De los siguientes productos audiovisuales, ¿cuáles ha solicitado en la coordinación de Promoción y Divulgación?

- Diseño Gráfico
- Grabación y edición de vídeo
- Animaciones digitales
- Fotografía
- Spot de radio y televisión

2. ¿Conoce la existencia de un proceso para la solicitud de productos audiovisuales en la coordinación de Promoción y Divulgación?

Sí

No

3. ¿Con cuánto tiempo programa sus solicitudes de productos audiovisuales de la coordinación de Promoción y Divulgación?

Menos de una semana	Una semana	15 días	Más de 15 días
---------------------	------------	---------	----------------

4. ¿Realiza solicitudes de productos audiovisuales de la coordinación de Promoción y Divulgación de último momento?

Siempre	Con frecuencia	Pocas veces	Nunca
---------	----------------	-------------	-------

5. ¿Cómo considera la calidad de los productos audiovisuales que realiza la coordinación de Promoción y Divulgación?

Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
-----------	-----------	-------	---------	------

6. ¿Cómo considera el servicio del personal del área de audiovisuales de la coordinación de Promoción y Divulgación?

Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
-----------	-----------	-------	---------	------

7. ¿Cuál es su satisfacción de los siguientes productos audiovisuales de la coordinación de Promoción y Divulgación? Donde 5 es excelente, 4 muy bueno, 3 bueno, 2 regular y 1 malo.

- Diseño Gráfico
- Grabación y edición de vídeo
- Animaciones digitales
- Fotografía
- Spot de radio y televisión

8. ¿Los productos audiovisuales que recibe de la coordinación de Promoción y Divulgación cumplen con sus necesidades requeridas?

Siempre	Con frecuencia	Pocas veces	Nunca
---------	----------------	-------------	-------

9. ¿Qué aspectos considera que debe mejorar en los procesos de solicitud de productos audiovisuales en la coordinación de Promoción y Divulgación?

- Atención al cliente
- Información
- Tiempos de entrega
- Formatos de entrega
- Flexibilidad de cambios

10. ¿Qué aspectos considera que debe mejorar en los productos audiovisuales que produce la coordinación de Promoción y Divulgación?

- Creatividad
- Imágen
- Calidad
- Innovación
- Contenido

Anexo 5: Modelo de entrevista



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado
Diagnóstico comunicacional



Entrevista a coordinador de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física

14. ¿Cuáles son los productos audiovisuales que la unidad de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física produce?
15. De los productos anteriormente mencionados, ¿Cuáles son los que reciben más solicitudes por el personal de la institución?
16. ¿Qué proceso establecido existe para la solicitud de productos audiovisuales que elabora la unidad de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física?
17. Si existe un proceso, ¿Cómo ha informado al personal de la institución para que conozca dicho proceso?
18. ¿Cuál es proceso de elaboración de productos audiovisuales desde que se recibe la solicitud?
19. Regularmente, ¿Con cuánto tiempo de anticipación reciben las solicitudes de productos audiovisuales?
20. ¿Con qué frecuencia recibe solicitudes de productos audiovisuales de último momento?
21. Aproximadamente, ¿Cuántas solicitudes de productos audiovisuales recibe semanalmente?
22. ¿Considera que las solicitudes de último momento de productos audiovisuales afectan la planificación del área de audiovisuales de la coordinación de Promoción y Divulgación? **¿Por qué?**
23. ¿Cuántos días considera prudente para la solicitud de un producto audiovisual? **¿Por qué?**
24. ¿Cuál ha sido la mayor dificultad de comunicación con el personal de la institución y el área de audiovisuales?
25. ¿Cuáles son los objetivos del área de audiovisuales?
26. ¿Cuáles son los lineamientos para la elaboración de los diferentes productos audiovisuales que realizan?

Anexo 6: Matriz o vaciado de las encuestas

PREGUNTA 1	
Diseño gráfico	42
Grabación de audio y vídeo	21
Animaciones Digitales	3
Fotografía	27
Spot de radio y TV	4

PREGUNTA 2	
Sí	26
No	24

PREGUNTA 3	
Menos de una semana	5
Una semana	14
15 días	12
Más de 15 días	17
No respondieron	2

PREGUNTA 4	
Siempre	3
Con frecuencia	8
Pocas veces	29
Nunca	10

PREGUNTA 5	
Excelente	13
Muy bueno	14
Bueno	16
Regular	6
Malo	0
No respondieron	1

PREGUNTA 6	
Excelente	16
Muy bueno	11
Bueno	12
Regular	8
Malo	1
No respondieron	2

PREGUNTA 7						
	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	No opinó
Diseño	15	14	10	4	1	6
Grabación y edición de vídeo	14	10	8	2	1	15
Animaciones digitales	6	1	8	3	0	32
Fotografía	15	16	3	1	1	14
Spot de radio y televisión	8	6	7	1	1	27

PREGUNTA 8	
Siempre	14
Con frecuencia	27
Pocas veces	6
Nunca	0

PREGUNTA 9	
Atención al cliente	20
Información	17
Tiempos de entrega	24
Formato de entrega	7
Flexibilidad de cambios	25

PREGUNTA 10	
Creatividad	18
Imagen	8
Calidad	10
Innovación	25
Contenido	18

Anexo 7: Formato de solicitud de productos audiovisuales



SOLICITUD DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES

Correlativo de solicitud: - Fecha:

Nombre del solicitante:

Unidad Solicitante:

Correo electrónico: Teléfono:

PRODUCTO AUDIOVISUAL A SOLICITAR

Marque uno o más productos a solicitar

Audio Vídeo Fotografía Diseño Gráfico Redes Sociales /Sitio Web

Cobertura Periodística Del: Al:

Llenar únicamente en caso de cobertura periodística

Departamento:

Horario

Municipio:

De a

Lugar del evento:

DESCRIPCIÓN

Atentamente,

(F) _____
Nombre y Firma del Solicitante

(F) _____
Nombre, Firma y Sello del Coordinador

Uso exclusivo de la Coordinación de Promoción y Divulgación

Fecha de entrega del producto:

Formato de Entrega Digital Impreso

(f) _____
Nombre y firma de quién recibe

Sello de recibido

Check list de acciones

Actividad	Realizada	No realizada	Descripción
Elaboración de manual de procesos	x		Se imprimieron 5 ejemplares, se animó en formato flash y se distribuyó por medio del correo de comunicación interna de la institución
Reunión informativa	x		A los asistentes de la reunión se les entregó un bifoliar informativo, se les explicó el proceso por medio de una diapositiva.
Diapositiva para reunión informativa	x		En ella asistieron 48 trabajadores de la institución
Formato de Excel para recopilar información del personal	x		Se elaboró y llenó en digital después de la reunión informativa, con el objetivo de recopilar datos del personal.
Campaña de Comunicación interna	x		Se realizó junto al encargado de comunicación interna, licenciado Omar vela la cual tuvo una semana de duración.
Elaboración de bifoliar	x		Se diseñaron e imprimieron 200 bifoliales a full color en papel bond, tamaño media carta. Esto lo proporcionó la institución.
Elaboración de afiche	x		Se diseñaron e imprimieron 25 afiches tamaño tabloide a full color, papel bond y se colocaron en las carteleras informativas de la institución. Esto lo proporcionó la institución.
Elaboración de fondo de pantalla	x		Se diseñó y colocó en las pantallas de las computadoras del personal de la institución
Elaboración del formato oficial de solicitud	x		Es una estrategia que no estaba contemplada en el plan de comunicación, sin embargo, se implementó en la ejecución del plan. El formato es una hoja de Excel.
Envío de documentos por medio del correo interno	x		Se envió un boletín interno informando que se enviaron los archivos adjuntos para solicitar productos audiovisuales.

Registro de prácticas



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2017



Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Frednesly Emanuel Figueroa Ramírez
No. Carné y DPI: 200916668 / 2227 29104 0101
Jefe o Encargado (a): Licenciado Josué Morales, coordinador de Promoción y Divulgación
Institución o Empresa: Dirección General de Educación Física –DIGEF-
Supervisor de EPSL: Licenciado Fernando Flores.

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 29 / Al: 02	Mayo / Junio	x	x	x	x	8	x	8 hrs.
2	Del: 05 / Al: 09	Junio	8	8	8	8	8	x	40 hrs.
3	Del: 12 / Al: 16	Junio	7	7	7	7	7	x	35 hrs.
4	Del: 19 / Al: 23	Junio	7	7	7	7	7	x	35 hrs.
5	Del: 26 / Al: 30	Junio	8	8	8	8	x	x	32 hrs.
6	Del: 03 / Al: 07	Julio	8	8	7	7	7	x	37 hrs.
7	Del: 10 / Al: 14	Julio	7	7	7	7	7	x	35 hrs.
8	Del: 17 / Al: 21	Julio	7	7	7	7	7	x	35 hrs.
9	Del: 24 / Al: 28	Julio	7	7	7	7	7	x	35 hrs.
10	Del: 31 / Al: 04	Julio / agosto	8	x	x	x	x	x	8 hrs.
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									300 hrs.

Dr. Josué Morales Monroy
COORDINADOR
PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE EDUCACIÓN FÍSICA
DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN FÍSICA

(f)

Licenciado Josué Morales
Coordinador de Promoción y Divulgación



(f)

Licenciado Fernando Flores
Supervisor EPSL

