

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



**“PLAN COMUNICACIONAL INTERNO 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:

Misael Patricio Sanic

CARNÉ: 200317733

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:

M.A 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, Misael Patricio Sanic, con número de carné: 200317733 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 Coordinación de Promoción y Divulgación 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 Interno 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 de la Dirección General de Educación Física.

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 Monroy
COORDINADOR
PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE EDUCACIÓN FÍSICA
DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN FÍSICA



Lic. Josué Morales Monroy
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
Misael Patricio Sanic
200317733
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 INTERNO 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:

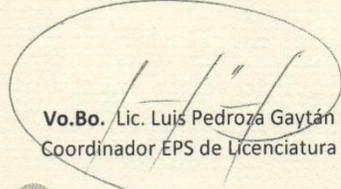
- Biblioteca USAC
- Biblioteca ECC
- Secretaría ECC
- Institución o empresa
- Coordinación EPSL

Sin otro particular,

"ID Y ENSEÑAN A TODOS"


Lic. Fernando Ismael Flores Barrios
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:** Por ser mi guía y permitirme culminar una etapa más en mi vida. GRACIAS DIOS.
- CECILIA:** Mi querida esposa, gracias por tu apoyo y paciencia que me dieron el impulso para culminar esta maravillosa etapa. Gracias por estar siempre a mi lado.
- NATALY:** Mi hijita hermosa. Mi tesoro, mi fuente de inspiración. A ti dedico este logro como un ejemplo para ti. Te amo Naty!!!!
- A MI MADRE:** Paulina de Patricio, mamita, agradezco tu gran corazón, tu apoyo infinito, tus oraciones que nunca cesaron y los sacrificios de lucha que hiciste para poder verme alcanzar la meta.
- A MI PADRE:** Victorino, eres y siempre serás mi ejemplo de trabajo, dedicación y superación. Tus consejos, tus hábitos y valores han sido fundamentales en mi vida.
- A MIS HERMANOS:** Lili, Elisa, Norma y Víctor. A quienes admiro y agradezco su apoyo y solidaridad interminable. Son lo máximo.
- A MI FAMILIA:** A mis cuñados, mis suegros y mis sobrinos, todo mi agradecimiento, ya que ustedes forman un pilar muy importante en mi vida.
- A MIS AMIGOS:** A todos, quienes a lo largo de mi camino universitario compartimos momentos inolvidables y formaron parte de este importante trayecto.

AGRADECIMIENTO

A la **UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**, donde me he formado profesionalmente.

A la **ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**, a los docentes que compartieron sus conocimientos con mi persona.

A **M.Sc Sergio Morataya**, por la buena labor al frente de mi querida escuela.

Al panel de asesores, en especial al **Licenciado Luis Pedroza y Licenciado Fernando Flores** por la dedicación y asesorías durante el proyecto final.

A la **DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN FÍSICA**, institución que me dio la oportunidad de desarrollar allí, el proyecto Ejercicio Profesional Supervisado.

Al **licenciado Josué Morales**, por darme el espacio, tiempo, apoyo y asesoría durante mi etapa final académica.

A mi **esposa Cecilia y mi hija Nataly**, gracias por el apoyo demostrado en esta etapa académica.

A mi familia, hermanos, cuñados, suegros, sobrinos, en especial a mis **padres, Paulina y Victorino**, mis ejemplos a seguir. Y quienes nunca dejaron de creer en mí.

Al **grupo Koinonia**, gracias por sus oraciones que sin duda fueron escuchadas.

A mis amigos, compañeros de trabajo y compañeros de estudio. A todos mil gracias por el apoyo brindado siempre.

INDICE

RESUMEN	I
INTRODUCCIÓN	II
JUSTIFICACIÓN	III

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO	1
1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	1
1.1.1 Objetivo General	1
1.1.2 Objetivo Específico.....	1
1.2 LA INSTITUCIÓN	1
1.2.1 Ubicación Geográfica	2
1.2.2 Integración y Alianzas Estratégicas.....	2
1.2.3 Antecedente o Historia	2
1.2.4 Departamentos o Dependencias	3
1.2.5 Misión.....	7
1.2.6 Visión	7
1.2.7 Objetivos Institucionales.....	7
1.3. METODOLOGÍA	10
1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS	15
1.5 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN	31

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN	32
2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES	32

2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	32
2.2.1 Objetivo General	32
2.2.2 Objetivos Específicos	33
2.3 PÚBLICO OBJETIVO	33
2.4 MENSAJE	33
2.5 ESTRATEGIAS	33
2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN	34
CAPÍTULO III	
3. INFORME DE EJECUCIÓN	38
3.1. PROYECTO DESARROLLADO	38
3.1.1 Financiamiento	38
3.1.2 Presupuesto	38
3.1.3 Beneficiarios.....	39
3.1.4 Recursos Humanos.....	40
3.1.5 Área Geográfica de Acción.....	40
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS.....	41
3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	45
3. 4. CONTROL Y SEGUIMIENTO	45
CONCLUSIONES.....	47
RECOMENDACIONES	48
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	49
BIBLIOGRAFIA.....	52
E GRAFIA	53

ANEXOS	54
Transcripción de entrevistas	54
Modelo de Entrevista.....	61
Modelo de Encuesta.....	62
Matriz o vaciado de la encuesta.....	64
Check List de acciones	65
Material Visual.....	66
Ficha de Registro de Horas de Práctica.....	70

RESUMEN

Nombre de la Institución: Dirección General de Educación Física.

Nombre del Proyecto: Plan comunicacional interno de la Coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física –DIGEF-.

Objetivos del Proyecto:

General: Fortalecer la Coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física.

Específico: Mejorar la comunicación interna dentro de la institución.

Sinopsis: Dividido en tres fases, el proyecto comunicacional en su diagnóstico evidenció a través de métodos y técnicas, las carencias y problemáticas respecto a la comunicación interna que se desarrolla dentro de la institución.

Para resolver las problemáticas, se desarrolló un plan de comunicación dividido en 4 estrategias; una principal y 3 secundarias. Durante el desarrollo del plan se llevaron a cabo varias proyecciones para ejecutarlas, tanto de carácter presupuestarias, tiempo y recurso humano. Además, se definieron acciones inmediatas que luego serían ejecutadas.

Durante el proceso de ejecución se desarrolló una estrategia principal que consistió en crear un boletín informativo impreso, el cual brindó un soporte a los productos comunicacionales ya existentes. Para el efectivo lanzamiento del boletín se realizó una campaña de expectativa, seguido de su entrega, una reunión informativa y una retroalimentación por medio de correo electrónico que sirvió para conocer las opiniones de los trabajadores.

INTRODUCCIÓN

El presente informe corresponde al proceso del Ejercicio Profesional Supervisado de la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Sistematiza en tres capítulos, las fases, los conocimientos y procedimientos científicos y técnicos que la sustentan.

El informe se estructura en 3 capítulos:

Diagnóstico: a través de la utilización del método de enfoque mixto en donde se recurre a las herramientas de entrevista y encuesta, se obtuvo una muestra que refleja las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la comunicación que se practica internamente dentro de la institución, teniendo un panorama claro para llevar a cabo un plan que contribuyó a resolver las problemáticas.

Plan: para dar solución al diagnóstico previo, se presenta un plan de comunicación que incluye 4 estrategias con diferentes acciones, los cuales se definen con claridad para mejorar las acciones comunicativas que se da entre la oficina de comunicación y los trabajadores. Se definen las acciones a través de un cronograma y un presupuesto asignado.

Ejecución: en este capítulo resalta la puesta en marcha del proyecto. Sus estrategias y acciones materializadas, teniendo como principal producto un “boletín informativo impreso”. Se desarrolla a través de un cronograma las diferentes fases en se llevó a cabo cada una de las estrategias, las acciones para realizarlos y la retroalimentación por parte de los trabajadores.

JUSTIFICACIÓN

La comunicación informal es frecuente en cualquier círculo laboral. Siendo este, el responsable de un mal clima laboral, inestabilidad y señalamientos, que no contribuyen al buen funcionamiento colectivo.

Ante la necesidad de eliminar ese tipo de comunicación y orientarlo hacia una comunicación formal y oficial, se crean las acciones y estrategias comunicativas del presente informe, que contribuyan a mejorar y reforzar la comunicación interna de la Dirección General de Educación Física a través de la Coordinación de Promoción y Divulgación.

Buscando a través del plan y ejecución del proyecto comunicacional interno, el beneficio de la institución, de los trabajadores y de la oficina de comunicación, que represente un cambio positivo en el funcionamiento comunicacional, y que, debido a cambios imprevistos dentro de la institución no se ve eficiente.

Y, ante la falta de propuestas, estrategias y sistematización de la Coordinación de Promoción y Divulgación, es necesario la creación del presente informe que demuestra los puntos importantes que cumplen y no cumplen con el quehacer de la comunicación organizacional dentro de la institución.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

Diagnóstico comunicacional interno de la Coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física –DIGEF- de Guatemala.

1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1 Objetivo General

Identificar problemas de comunicación interna que existen en la Coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física.

1.1.2 Objetivo Específico

Establecer los niveles de comunicación interna que se dan, entre la Coordinación de Promoción y Divulgación y los diferentes departamentos que conforman la Dirección General de Educación Física.

Determinar las fortalezas y carencias de la comunicación bilateral entre la Coordinación de Promoción y Divulgación y los diferentes departamentos que conforman la Dirección General de Educación Física.

1.2 LA INSTITUCIÓN

Nombre: Dirección General de Educación Física –DIGEF-

Logotipo:



Slogan: Educación Física para Toda la Vida en Familia

Página electrónica: www.digef.edu.gt

Correo electrónico: noticiasdigef@gmail.com

Redes Sociales: Digefgt en Facebook, @Digefgt en Twitter y Digefgt en Youtube

Teléfono: PBX 23196800

1.2.1 Ubicación Geográfica

32 calle 9-10 zona 11 colonia Granai I, ciudad de Guatemala.

1.2.2 Integración y Alianzas Estratégicas

La Dirección General de Educación Física es una institución creada y reconocida por el estado a través del Ministerio de Educación, desconcentrada a nivel nacional por las 25 sedes técnicas de educación física.

Forma parte del Consejo Nacional del Deporte, la Educación Física y la Recreación -CONADER-, integrado por el Comité Olímpico Guatemalteco, la Confederación Deportiva Autónoma de Guatemala y el Viceministerio del Deportes y la Recreación del Ministerio de Cultura y Deportes.

Está afiliada desde 1,996 al Consejo del Istmo Centroamericano de Deporte y Recreación -CODICADER-. También integra el Consejo Centroamericano de Deportes y Recreación -CONCECADE- y la Federación Internacional de Deporte Escolar -ISF-.

1.2.3 Antecedente o Historia

Posterior al régimen del general Jorge Ubico, el gobierno del doctor Juan José Arévalo desmilitariza la educación física y la orienta al deporte escolar. El 26 de noviembre de 1,947 por medio de un acuerdo gubernativo, se crea la Dirección General de Educación Física.

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

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

Desde finales de 1947, la Dirección General de Educación Física no tuvo una sede permanente. Fue hasta 1963 que contó con una instalación propia ubicada en la 22 calle y 11 avenida de la zona 1, donde permaneció hasta el año de 1996. A partir de 1997 y hasta la fecha, la Dirección General de Educación Física, se ubica en la 32 calle 9-10 zona 11 colonia Granai I en la ciudad capital de Guatemala.

1.2.4 Departamentos o Dependencias

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.

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 (presupuestados) integran la institución.

Además, en el marco de la descentralización la Dirección General de Educación Física tiene una Sede Técnica Departamental en cada uno de los 22 departamentos del país. Estas sedes técnicas son las responsables de la planificación, desarrollo y supervisión de los programas curriculares y extracurriculares que se realizan en sus departamentos.

Funciones

Dirección General

Está a cargo de la organización, administración, planteamiento y funcionamiento programático de dicha entidad.

Coordinación de 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 diseño, audiovisuales y comunicación.

Asesoría Jurídica: brinda asesoría jurídica a todas las unidades que conforman la Dirección General de Educación Física, para el buen cumplimiento de las acciones dentro del marco legal conforme las leyes que 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: 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 los departamentos de Recreación, Torneos Deportivos Escolares, Escuelas Deportivas, Alto Rendimiento Deportivo Escolar, las Secciones Extra escuela, 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: contribuye científicamente al desarrollo de la actividad física y el deporte a través de los departamentos de medicina aplicada, psicología, técnico metodológico, ciencias sociales y desarrollo tecnológico.

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 Monitoreo: su función es realizar la consolidación, evaluación, seguimiento y monitoreo del Plan Operativo Anual -POA- de la Dirección. 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 de Guatemala, a través de la educación física.

1.2.6 Visión

Incrementar en la población escolar guatemalteca, la actividad física sistemática y los hábitos saludables para una mejor calidad de vida.

1.2.7 Objetivos Institucionales

Objetivo general

La Dirección General de Educación Física es la encargada de coordinar y cumplir con la filosofía, políticas y directrices de la educación física a nivel nacional.

Objetivos estratégicos

Ámbito curricular: incrementar la cobertura y la calidad de la clase de educación física.

Ámbito extracurricular: impulsar programas de iniciación, formación y desarrollo deportivo. Así mismo actividades que contribuyan a la formación y desarrollo de la juventud.

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

Infraestructura: construir, remozar y mantener la planta física de los establecimientos educativos para la práctica de la educación física.

Implementación: dotar y distribuir efectivamente equipos e implementos deportivos a maestros y centros educativos.

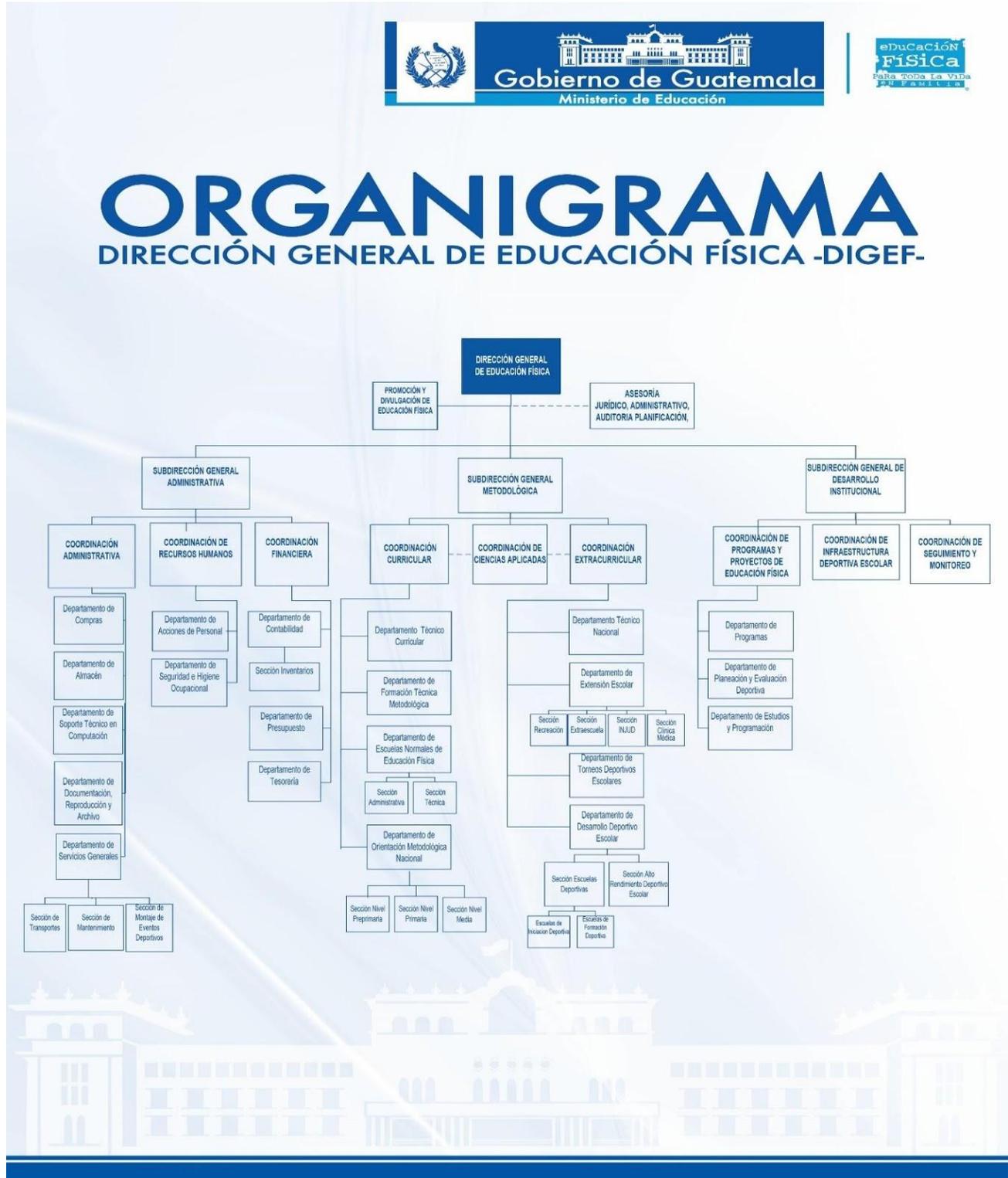
Administrativos financieros: garantizar la transparencia y fortalecer los criterios de calidad en la Gestión Administrativa Financiera.

1.2.8 Público Objetivo

La Dirección General de Educación Física, atiende el 33.7 % de los 3 millones 50 mil estudiantes a nivel nacional de los niveles pre primario, primario, básico y diversificado de establecimientos educativos públicos oficiales del país. Cubre un total de 3,500 maestros de educación física que ejercen su función en los 22 departamentos de Guatemala.

En el área extracurricular la Dirección General de Educación Física, impacta y beneficia también a escolares del sector privado en los niveles pre primario, primario, básico y diversificado a través de actividades de deporte escolar y recreación.

1.2.9 Organigrama de la Institución



Fuente: Dirección General de Educación Física

1.3. METODÓLOGIA

1.3.1 Descripción del Método

El enfoque cualitativo utiliza recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación (Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2006).

El enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base a la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías (Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2006).

El enfoque mixto surge de la combinación de los dos enfoques, este implica un proceso de recolección, análisis y vinculación de datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema (Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2006).

Enfoque Mixto

El enfoque que se utilizará en el presente diagnóstico comunicacional, que tiene como objetivo identificar problemas de comunicación interna que existen entre la Coordinación de Promoción y Divulgación y los departamentos de la Dirección General de Educación Física, será el enfoque mixto.

Se utilizará el enfoque mixto, ya que es difícil determinar los resultados con un solo método, al tratarse de un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio, el cual pretende determinar diferentes variables. Al definir el enfoque mixto se utilizará el diseño exploratorio.

Diseño Exploratorio

El diseño mixto exploratorio está constituido por dos etapas, donde los hallazgos de la metodología utilizada en la primera etapa del estudio, en este caso la cualitativa, contribuye en el desarrollo a informar a la segunda etapa cuantitativa. El supuesto en el cual se basa el uso de este diseño es que la exploración que es un requisito necesario para la segunda fase del estudio.

Este diseño es especialmente útil cuando un investigador necesita desarrollar y probar un instrumento, porque uno no está disponible e identificar las variables importantes para estudiarlas cuantitativamente, o bien cuando las variables son desconocidas. También es conveniente cuando un investigador desea generalizar los resultados a los diferentes grupos, para poner a prueba los aspectos de una teoría emergente, la clasificación, o para explorar un fenómeno en profundidad y luego medir su prevalencia (Creswell & Plano, 2007).

Los escritores (Creswell & Plano, 2007), se refieren al diseño de exploración como “diseño de exploración secuencial” dividido en dos etapas:

Etapa cualitativa, en la cual se da la recolección, análisis y hallazgos para el desarrollo de un instrumento que formará parte de la

Etapa cuantitativa, en donde se generará una recolección, análisis y hallazgos con los cuales se dará la interpretación del fenómeno.

1.3.2 Técnicas e instrumentos de recolección

Para el presente diagnóstico se utilizará la entrevista y la encuesta como instrumentos para la recolección de datos.

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. La entrevista cualitativa es más íntima, flexible y abierta. Se define como una reunión para intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado).

Las entrevistas se dividen en estructuradas, semiestructuradas y no estructuradas o abiertas.

En la **entrevista estructurada**, el entrevistador realiza su labor con base en una guía de preguntas específicas y se sujeta exclusivamente a ésta (el instrumento prescribe que ítems se preguntarán y en qué orden).

Las **entrevistas semiestructuradas**, por su parte, se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información sobre los temas deseados (es decir, no todas las preguntas están predeterminadas).

Las **entrevistas abiertas** se fundamentan en una guía general de contenido y el entrevistador posee toda la flexibilidad para manejarla (él o ella es quien maneja el ritmo, la estructura y el contenido de los ítems). (Grinnell, 1997).

En el diagnóstico se utilizará la entrevista estructurada, como instrumento de recolección, la cual se realizará de forma personal e individual. Irá dirigido a jefes de las coordinaciones que tienen más relación y vínculo con la Coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física. También se entrevistará al coordinador de Promoción y Divulgación.

Las entrevistas se realizarán en la oficina de cada coordinación dentro de la institución. El objetivo será determinar a través de sus respuestas, la fluidez con que se genera la comunicación interna bilateral y las deficiencias que puedan existir. Además, servirá como parámetro para formular las preguntas de la posterior encuesta.

La Encuesta

La encuesta es la técnica cuantitativa más habitual en la recolección de datos. Esta técnica mediante la utilización de un cuestionario estructurado o conjunto de preguntas, permite obtener información sobre una población a partir de una muestra.

Las preguntas del cuestionario suelen ser cerradas en su mayoría, no se da opción a que quien responde se exprese con sus propias palabras (como una entrevista), sino que marcan unas opciones de respuestas limitada entre las que elegir. (Hueso & Cascant, 2012)

Para recolección de datos, se utilizará un cuestionario con preguntas cerradas múltiples y semiabiertas. Las cuales se entregará a una muestra del 30 %, equivalentes a 65 trabajadores presupuestados de un total de 218 que trabajan en la sede de la Dirección General de Educación Física.

Muestra 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>)

La muestra que se determinó para el diagnóstico es de 65 trabajadores aleatorios de los diferentes departamentos de la Dirección General de Educación Física, ellos representan el 30% del total de trabajadores bajo el renglón 011 (presupuestados), que laboran en la sede de la institución.

1.3.3 Cronograma del diagnóstico

Actividad	Enero															
	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Curso propedéutico del diagnóstico	■	■	■	■	■											
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															■	■

Actividad	Febrero																								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
Redacción de datos de la institución	■	■																							
Segunda reunión con el coordinador de promoción y divulgación			■																						
Elaboración de los objetivos del diagnóstico						■	■																		
Primera reunión para correcciones										■															
Investigación para elegir metodología del diagnóstico											■	■	■												
Elaboración de la metodología del diagnóstico														■	■										
Elaboración de encuesta y entrevista																■									
Segunda reunión para correcciones																■									
Realización de entrevista y encuestas																	■				■				
Tabulación e interpretación de datos																		■	■	■					

2. ¿Qué medios se utilizan para divulgar la información interna?

Se utilizan principalmente el correo electrónico y las carteleras, a través de una base de datos. Eventualmente se utilizan otros medios alternativos como el teléfono o vídeos.

3. ¿Cuál es el proceso y las vías para recibir y enviar información interna?

No existe proceso ni estructura. La información fluye a través de diferentes solicitudes.

4. ¿Qué obstáculos ha detectado para el correcto funcionamiento de la comunicación interna bidireccional?

Falta de interés, mal clima laboral.

5. A su criterio, ¿cómo podría mejorar la comunicación interna?

Por medio de esfuerzo conjunto con la Dirección General y Recursos Humanos. Fortalecer nuestra base de datos del personal interno y emplear estrategias para una buena comunicación.

Medio: la entrevista se encuentra grabada en audio, autorizada por el licenciado.

Entrevista 2

Entrevista acerca de las vías, contenido y procesos de comunicación interna que se da, de parte de la Coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física.

Fecha: 17 de febrero de 2017

Hora: 10:15 horas

Lugar: oficina de Recursos Humanos

Entrevistado: licenciado Marvin Cruz

Puesto: coordinador de Recursos Humanos de la Dirección General de Educación Física

Durante la entrevista el licenciado Cruz, respondió a las siguientes preguntas.

1. ¿Conoce cuál es la función de la oficina de promoción y divulgación de la Digef?

La coordinación de Promoción y Divulgación es la encargada de informar al personal del acontecer institucional, de ellos recibimos la información.

2. ¿Puede mencionar a través de qué medios de comunicación recibe información interna de la oficina de comunicación y con qué frecuencia? ¿Es de su interés?

A través de correo electrónico y carteleras, recibimos dos correos cada semana y es de interés

3. ¿Qué contenido de interés, con qué frecuencia y a través de qué medios le gustaría recibir información de comunicación interna?

Me gustaría seguir recibiendo información vía correo electrónico y también vía redes sociales y WhatsApp. Que sea información solo oficial, para no tergiversar la información.

4. ¿Transmite usted información de actividades de su equipo de trabajo a la Coordinación de Promoción y Divulgación? Y si lo hace, ¿qué medios utiliza?

Si apoyamos, trasladando información que es de interés para los trabajadores, aunque no siempre quedamos satisfechos con los resultados. Lo hacemos por escrito y oral.

5. ¿Qué obstáculos o deficiencias ha encontrado, que impiden una buena comunicación interna bidireccional?

Que la información muchas veces no les llega a los trabajadores o llega mal.

6. ¿Qué sugiere, para tener una comunicación interna efectiva?

La forma del contenido que se transmite, que sea más clara y llamativa. Y una constante actualización.

Medio: la entrevista se encuentra grabada en audio, la cual fue autorizada por el licenciado.

Entrevista 3

Entrevista sobre las vías, contenido y procesos de comunicación interna que se da, de parte de la Coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física.

Fecha: 17 de febrero de 2017

Horario: 12:00

Lugar: oficina de la Coordinación Extracurricular

Entrevistado: licenciado Francisco Montenegro

Puesto: coordinador Extracurricular de la Dirección General de Educación Física

Durante la entrevista el licenciado. Montenegro, resaltó el trabajo de comunicación interna, aunque expresó el poco contenido de la información.

1. ¿Conoce cuál es la función de la oficina de promoción y divulgación de la Digef?

Poco, aun no tengo muy claro cuál es la función específica de la Coordinación de Promoción y Divulgación.

2. ¿Puede mencionar a través de qué medios de comunicación recibe información interna de parte de la oficina de comunicación y con qué frecuencia? ¿Es de su interés?

Hemos recibido información a través de correo electrónico y carteleras, también en diferentes áreas. Lo recibo siempre que hay una actividad, es esporádico.

3. ¿Qué contenido de interés, con qué frecuencia y a través de qué medios le gustaría recibir información de comunicación interna?

La información si es de interés, nos empapamos de cosas que desconocemos, a pesar de que nosotros originamos la comunicación, a través de correo electrónico.

4. ¿Transmite usted información de actividades de su equipo de trabajo a la Coordinación de Promoción y Divulgación? Y si lo hace, ¿qué medios utiliza?

Nos gustaría tener más acercamiento con Promoción y Divulgación, más acercamiento bilateral para que haya más fluidez de las actividades que logramos realizar. Me

gustaría que se utilizaran otros medios para divulgar como revista, boletines con informe de actividades semanales, quincenales o mensual.

5. ¿Qué obstáculos o deficiencias ha encontrado, que impiden una buena comunicación interna bidireccional?

Nuestro vínculo con Promoción y Divulgación es proveyendo a ellos la información necesaria para que puedan publicar. Algunos hacen las gestiones para informar y otros no. La información hay que trasladarlas para que se den a conocer.

6. ¿Qué sugiere, para tener una comunicación interna efectiva?

La información nosotros la trasladamos por escrito, a veces se logra el objetivo. El inconveniente con el que nos topamos es que para coberturas la oficina de comunicación es muy poco y no se alcanza para cubrir las actividades. Poco personal.

Medio: la entrevista se encuentra grabada en audio, la cual fue autorizada por el licenciado.

Entrevista 4

Entrevista sobre las vías, contenido y procesos de comunicación interna que se da, de parte de la Coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física.

Fecha: 17 de febrero de 2017

Horario: 16:30

Lugar: oficina de la Coordinación Curricular

Entrevistado: licenciada Paola Ortiz

Puesto: coordinadora Curricular de la Dirección General de Educación Física

Durante la entrevista la Licenciada puso mayor énfasis en el contenido y vías de comunicación tanto interna como externa, resaltando que al personal no le llega la información.

1. ¿Conoce cuál es la función de la oficina de promoción y divulgación de la Digef?

La función de la oficina de Promoción y Divulgación, como su nombre lo indica es promocionar la educación física, que estudiantes, maestros y público en general sobre el que hacer de la Dirección General de Educación Física.

2. ¿Puede mencionar a través de qué medios de comunicación recibe información interna de parte de la oficina de comunicación y con qué frecuencia? ¿Es de su interés?

He recibido información interna, solo por correo electrónico, algunas veces es de interés y otras no. La frecuencia es 2 a 4 veces al mes.

3. ¿Qué contenido de interés, con qué frecuencia y a través de qué medios le gustaría recibir información de comunicación interna?

Me gustaría recibir contenido como resúmenes de acciones que hacen otras unidades. Están relacionadas, pero como no se sabe, se pierde. Lo ideal que en un mismo comunicado se unifiquen todos porque van con un mismo fin. Tal vez ver el tema que se va a enviar y si no hay otra coordinación que esté trabajando para unificar y sino, mandárselo a los demás para que todos estemos enterados. Quisiera recibir por redes sociales o correo electrónico.

4. ¿Transmite usted información de actividades de su equipo de trabajo a la Coordinación de Promoción y Divulgación? Y si lo hace, ¿qué medios utiliza?

Curricular colabora con la oficina de comunicación, trasladando la información de las acciones para que puedan ser publicadas. Las solicitudes se hacen por medio de notas oficios, se da cobertura, aunque dependiendo de las acciones que ellos tengan programadas, a veces si se dan a conocer y a veces no.

5. ¿Qué obstáculos o deficiencias ha encontrado, que impiden una buena comunicación interna bidireccional?

Los obstáculos que encuentro es la cantidad de coberturas que se dan, entonces si hay varias al mismo tiempo es probable que no se cumpla con todos, porque también depende de la importancia. Debe ser parejo, enfocar también en las actividades curriculares.

6. ¿Qué sugiere, para tener una comunicación interna efectiva?

En cuanto a cobertura interna me gustaría se hiciera una programación y un calendario de actividades y verificar la base de datos, no llegan algunos correos. Hacer un resumen de las actividades que se harán y divulgarlo.

Medio: la entrevista se encuentra grabada en audio, la cual fue autorizada por el licenciado.

Resultados de las entrevistas

Partiendo de la utilización de método mixto (cuantitativo y cualitativo), para la elaboración del diagnóstico comunicacional se determinó la entrevista como la herramienta para llevar a cabo el enfoque cualitativo a través del diseño exploratorio, en donde los hallazgos de las entrevistas contribuyen en el desarrollo de la segunda etapa cuantitativa, la encuesta.

La recolección de información y el análisis ocurren prácticamente en paralelo. “El proceso esencial del análisis consiste en que recibimos datos no estructurados y los estructuramos”. (Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2006)

Para las entrevistas se utilizaron como muestra, a 3 jefes de las coordinaciones con mayor relación directa con los procesos y actividades que realiza la Coordinación de Promoción y Divulgación. También se recabó la información del coordinador de la oficina de Promoción y Divulgación.

Interpretación

Los resultados indican que, si bien conocen la existencia y a grandes rasgos saben a qué se dedica la Coordinación de Promoción y Divulgación. Ninguno de los entrevistados conoce a profundidad las funciones directas de la oficina. El coordinador resaltó que existe dentro de las oficinas varias áreas, siendo una de ellas, el área de comunicación interna.

Los entrevistados coinciden que reciben información interna de actividades en su mayoría oficiales, siendo de su agrado por ser institucionales. Los únicos medios por los cuales reciben la información es el correo electrónico y carteleras que se encuentran

colocadas en puntos estratégicos dentro de las instalaciones. La frecuencia con que reciben tal información es variable. El coordinador de comunicación, confirmó que las únicas vías de comunicación interna son el correo electrónico y las carteleras.

Según las respuestas, hay contenidos que no se informan y que les gustaría recibir, como calendarios, programaciones, actividades oficiales e información técnica de interés. La frecuencia debiera ser la más adecuada, dependiendo de lo que se genere y esta debería de continuar siendo transmitida por las vías ya establecidas “correo electrónico y carteleras”, pero también sería eficaz enviarlas por redes sociales, por boletines informativos y otros medios de difusión.

Todas las coordinaciones representadas, contribuyen enviando información a la oficina de comunicación vía escrita o verbal, aunque no existe un medio o proceso adecuado para realizarlo, así lo afirmó también el coordinador del área comunicacional.

Existen varios obstáculos. Según los entrevistados, el poco personal en el área de comunicación imposibilita el buen funcionamiento. La información a veces llega y a veces no. Además, resaltan la falta de programación y los pocos medios para difundir.

Para una comunicación interna efectiva, coinciden en tener más variedad en el contenido, sin descuidar y fortalecer el contenido institucional. Una base de datos sólida y segmentada que incluya más datos para socializar efectivamente la información. Utilizar otros medios alternativos para divulgar, como boletines, bifolios y fortalecer las reuniones informativas.

Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados

Temas	Lic. Marvin Cruz (Recursos Humanos)	Lic. Francisco Montenegro (Extracurricular)	Licda. Paola Ortíz (Curricular)
Conocimiento de la Coordinación de Promoción y Divulgación.	Conoce sus funciones y poco de su estructura.	Conoce muy poco de sus funciones y desconoce su estructura.	Conoce sus funciones y poco de su estructura.
Medios, frecuencia e interés del contenido de comunicación interna.	Medios: correo electrónico Frecuencia: casi a diario Interés: contenido de interés por ser oficial.	Medios: correo electrónico y carteleras Frecuencia: Siempre Interés: contenido de interés, pero espera más.	Medios: correo electrónico Frecuencia: 2 o 4 veces al mes Interés: contenido de interés, pero espera más.
Medios, frecuencia y contenido que le gustaría recibir.	Medio: Redes sociales y WhatsApp, continuar con el correo electrónico. Frecuencia: la necesaria Contenido: solo oficial.	Medio: Revista y boletines, correo electrónico. Frecuencia: diaria, semanal o mensual Contenido: actividades de cualquier área.	Medio: Redes sociales y WhatsApp, y correo electrónico. Frecuencia: la necesaria Contenido: información variada, de lo que realiza cada coordinación.
Medios, frecuencia e información que su departamento genera a la oficina de comunicación.	Medio: escrito y hablado. Frecuencia: constantemente Información: información institucional de interés para los trabajadores.	Medio: escrito y hablado Frecuencia: a veces Información: actividades deportivas.	Medio: notas u oficios Frecuencia: pocas veces Información: actividades del área curricular.
Obstáculos que encuentra en la comunicación interna bidireccional.	No le llega a todos o es limitada.	Poco personal.	No hay Sistematización.
Como sería más efectiva esa comunicación.	Corregir criterios de redacción, nutrir la base de datos.	Que los mensajes lleguen con mayor precisión a todos los trabajadores.	Planificar, calendarizar las acciones, nutrir base de datos.

1.4.1 Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas

Para la realización de la encuesta, se recogió una muestra del 30% de la población total objetiva. O sea, 65 de 218 trabajadores que laboran en la sede de la Dirección General de Educación Física, bajo el renglón 011 (presupuestados).

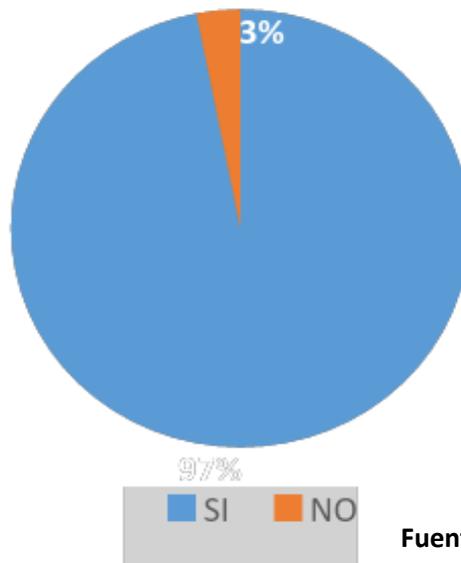
La muestra fue aleatoria, se cubrió el 80 % de todas las áreas de trabajo de la institución. Las encuestas se distribuyeron el viernes 17 de febrero a las 15:00 horas, en los respectivos puestos de trabajo.

Se formularon 9 preguntas cerradas y semiabiertas, arrojando datos cuantitativos. Los datos son interpretados en conjunto con las entrevistas realizadas previamente a coordinadores.

8

¿Conoce cuál es la función de la Coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física?

Gráfica 1

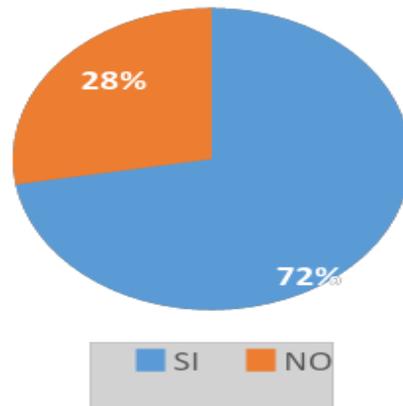


Fuente: Misael Patricio, febrero 2017.

La mayoría, el 97 % de trabajadores, dicen conocer la función de la oficina de comunicación, pero no en su totalidad. Una minoría, el 3 %, desconocen en su totalidad las funciones de la oficina de comunicación.

¿Recibe información interna de actividades de la Digef, a través de la Coordinación de Promoción y Divulgación?

Gráfica 2

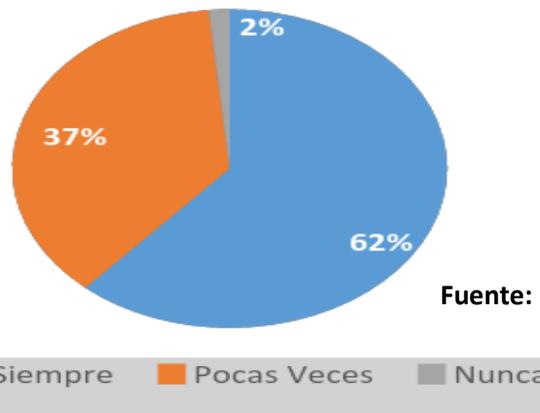


Fuente: Misael Patricio, febrero 2017.

El 72 % de trabajadores indicaron recibir información proveniente de la oficina de comunicación. Mientras que el 28% no recibe ningún tipo de información interna. Lo que marca un indicador alarmante en cuanto a la cobertura interna de la institución.

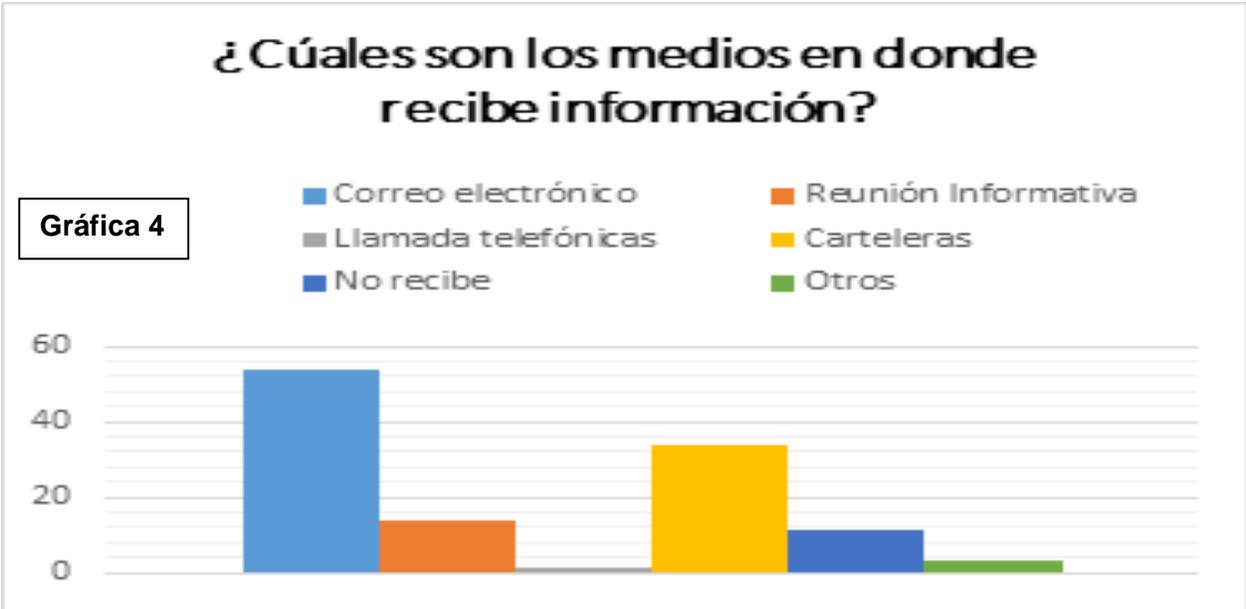
¿Con qué frecuencia recibe información de la Coordinación de Promoción y Divulgación?

Gráfica 3



Fuente: Misael Patricio, febrero 2017.

Poco más de la mitad, el 62% indicaron recibir siempre información. El 37% lo recibe o lo ve muy pocas veces, por lo que no se entera de la información en su totalidad y solo el 1% dijo que no recibe nunca información interna.



Fuente: Misael Patricio, febrero 2017.

De 65 encuestados, 54 personas, más del 80% afirma que la información le llega por medio de correo electrónico y como segundo medio las carteleras. 14 personas indicaron recibir información a través de reuniones informativas. Mientras que 10 no reciben información por ningún medio.

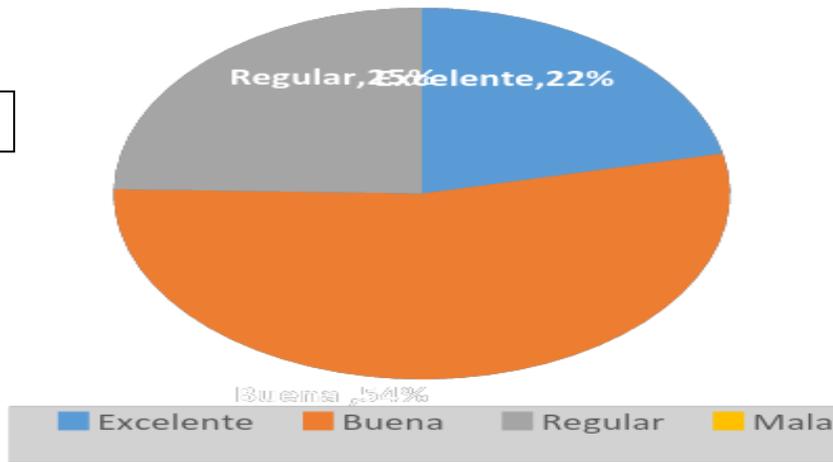


Fuente: Misael Patricio, febrero 2017.

50 encuestados indicaron que la información oficial es la que predomina. 23 afirmaron que reciben información general y 16 reciben datos sociales. Mientras que hay una pequeña cantidad que no reciben ningún tipo de información de parte de comunicación interna.

¿Cómo califica el trabajo que realiza el área de comunicación interna de la Coordinación de Promoción y Divulgación?

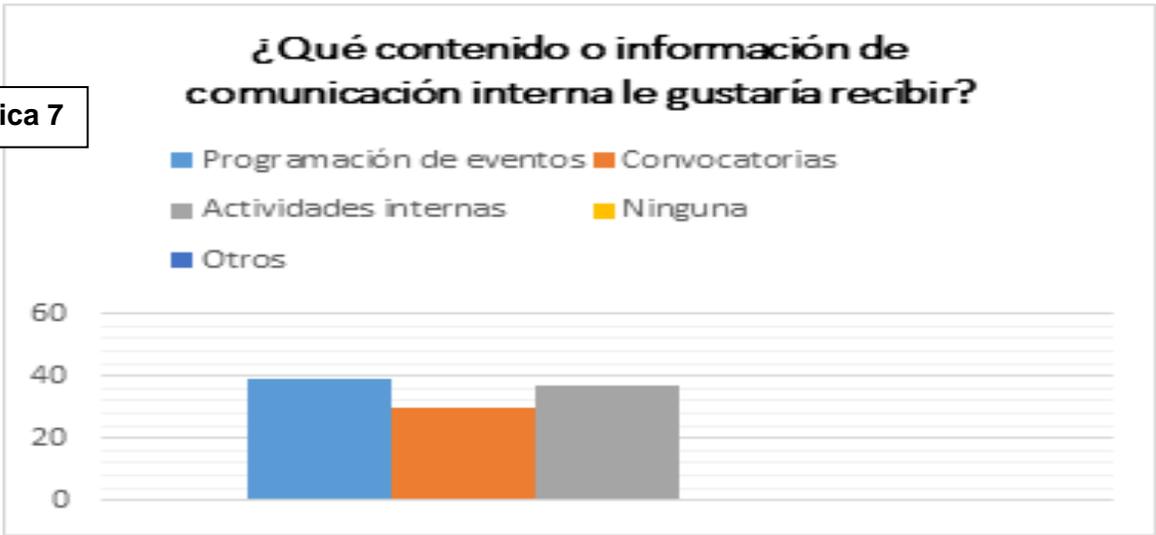
Gráfica 6



Fuente: Misael Patricio, febrero 2017.

Si bien el 21 % de encuestados aprueba el trabajo de comunicación interna de Promoción y Divulgación, está el 54% que admite que es bueno sin llegar a ser excelente. Pero el 25 % no se encuentra satisfecho, al calificarlo de regular. Ninguno mencionó una mala gestión.

Gráfica 7



Fuente: Misael Patricio, febrero 2017.

Existen tres contenidos que predominan en el gusto de los trabajadores de Digef. 39 personas indicaron que desean información de programación o calendario de eventos, 37 resaltaron actividades que suceden internamente y 30 prefieren convocatorias o temas oficiales.

Gráfica 8



Fuente: Misael Patricio, febrero 2017.

Queda claro que el correo electrónico, el whatsapp y el facebook, son los medios más utilizados por los trabajadores de la Digef. De los 65 trabajadores encuestados, 36 utilizan el correo electrónico, 32 el whatsapp y 28 el Facebook.

Gráfica 9



Fuente: Misael Patricio, febrero 2017.

El correo electrónico es una herramienta muy útil para los trabajadores de la institución. 35 personas indicaron que desean seguir recibiendo información por esa vía. 20 prefieren por whatsapp y 18 por Facebook. Twitter es poco utilizado.

1.5 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN

1.5.1 Fortalezas

Personal profesionalmente capacitado

Posicionamiento del correo electrónico y carteleras

Disposición de tiempo y herramientas

1.5.2 Oportunidades

La mayoría de trabajadores utilizan redes sociales

Disponibilidad de canales o vías para la difusión de información

Clima laboral dentro de la institución

Exploración de medios alternativos para fortalecer la comunicación interna

1.5.3 Debilidades

No hay contenido interno sistemático y de interés

Base de datos desactualizado y generalizado

Pocos medios para la divulgación

No hay procesos establecidos para recibir y publicar la información

Poco personal

Desinterés de los trabajadores de la institución

Falta de apoyo directo de la Dirección

1.5.4 Amenazas

Inestabilidad en el acceso a internet

Constantes movimientos del personal

Presupuesto operativo anual limitado

Deficiente clima laboral dentro de la institución

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

La Dirección General de Educación Física es una institución creada y reconocida por el estado a través del Ministerio de Educación. Su accionar se fundamenta en tres ejes estratégicos: la educación física, la recreación y el deporte escolar.

Dentro de su estructura organizacional se encuentra la Coordinación de Promoción y Divulgación, quien es la responsable del manejo y diseño de imagen institucional, elaborar estrategias y productos de comunicación orientadas a promover y divulgar las acciones institucionales a nivel nacional.

La Coordinación de Promoción y Divulgación desarrolla acciones de comunicación internas y externas, a través de las áreas de diseño, audiovisuales y comunicación. La comunicación externa es la que va dirigido al público exterior y a los medios de comunicación; mientras que la interna es la que se da dentro de la institución.

Previo al presente plan, no se ha presentado ningún trabajo o investigación de comunicación interna. Sin embargo, si se han creado planes estratégicos dentro de la coordinación, que no se han sustentado física ni sistemáticamente. Más bien, han sido desarrollados a través de ideas, reuniones, consensos y otras acciones que ha dado resultado e impacto positivo pero que han carecido de sistematización, ni han quedado plasmados.

2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1 Objetivo General

Fortalecer el área de comunicación interna de la Coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física.

2.2.2 Objetivos Específicos

Informar a los trabajadores y colaboradores de la Dirección General de Educación Física sobre las acciones internas y externas que realiza la institución en la actualidad.

Implementar un medio de comunicación alternativo que refuerce la comunicación interna de la Coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física.

2.3 PÚBLICO OBJETIVO

El plan de comunicación tiene como público objetivo trabajadores y colaboradores dentro de la planta central de la Dirección General de Educación Física. Está compuesto por 218 trabajadores presupuestados bajo el renglón 011 y cerca de 100 colaboradores del sub grupo 018 (renglones 022 y 189).

2.4 MENSAJE

Informémonos y conozcamos nuestra institución

2.5 ESTRATEGIAS

- Campaña de expectación
- Boletín informativo impreso
- Charla/exposición informativa
- Buzón de sugerencias

2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Acción 1	
A qué estrategia responde la acción	Campaña de comunicación de expectación.
Problema	La campaña resolverá el problema de desinterés que existe entre los trabajadores y los productos de comunicación.
Producto	La primera acción de la estrategia de la campaña de expectación será: la elaboración de 2 diseños para afiches publicitarios. Se imprimirán 22 afiches tamaño tabloide full color y se colocarán en 22 carteleras que se encuentran ubicadas dentro de las instalaciones de la institución.
Objetivo comunicacional	El objetivo de la campaña de expectación a través de los afiches que se colocarán en las carteleras, será captar la atención de los trabajadores que transitan o caminan por los principales pasillos y lugares dentro de las instalaciones de la institución.
Tipo de mensaje	El mensaje que transmitirá es el de expectación, el cual busca crear la curiosidad en los trabajadores.
Público objetivo	Trabajadores que se transitan por los principales pasillos dentro de las instalaciones de la Dirección General de Educación Física.
Medio de difusión	Los afiches serán de tamaño 11X17 tabloide de papel opalina, impresos a full color laser. Se colocarán a través del encargado del área de comunicación interna, Omar Vela, en las carteleras el lunes 19 de junio y permanecerán allí hasta el jueves 29, día en que se destapará la campaña de expectación.

Acción 2	
A qué estrategia responde la acción	Campaña de comunicación de expectación
Problema	La campaña resolverá el problema de desinterés que existe entre los trabajadores y los productos de comunicación.
Producto	La segunda acción de la estrategia de la campaña de expectación será: la colocación de 2 diseños de afiche como fondos de pantalla en 75 computadoras que son utilizadas dentro de la institución. Los diseños de afiches serán los mismo utilizados en las carteleras.
Objetivo comunicacional	El objetivo de la campaña de expectación a través de los fondos de pantalla que se colocarán en los monitores, será captar la atención visual de los trabajadores que utilizan la computadora como herramienta de trabajo.
Tipo de mensaje	El mensaje que transmitirá es el de expectación.
Público objetivo	Trabajadores que utilizan computadoras de la institución, las cuales están bajo el control del área de informática.
Medio de difusión	El primer afiche de fondo de pantalla se instalará por medio del encargado del área de informática y será visible a partir del lunes 19 de junio hasta el viernes 23 y el segundo del lunes 26 al jueves 29 fecha en que se dé a conocer el producto comunicacional.

Acción 3	
A qué estrategia responde la acción	Campaña de comunicación de expectación.
Problema	La campaña resolverá el problema de desinterés que existe entre los trabajadores y los productos de comunicación.
Producto	La tercera acción de la estrategia de la campaña de expectación será: la divulgación de los diseños de afiches por medio de correos electrónicos.
Objetivo comunicacional	El objetivo de la campaña de expectación a través del envío de afiches por medio de correo electrónico, será captar la atención de los trabajadores que por algún motivo no hayan podido visualizar las acciones anteriores.
Tipo de mensaje	El mensaje que transmitirá es el de expectación, de una manera más directa y personalizada.
Público objetivo	Trabajadores de la institución, que aparecen dentro de la base de datos actualizada de la institución.
Medio de difusión	Para la difusión del afiche digital, se utilizarán los correos electrónicos de 200 trabajadores que se encuentran dentro de la base de datos actualizada por el área de comunicación interna de la coordinación de Promoción y Divulgación. Los correos serán enviados en las fechas 20, 26 y 29 junio.

Acción 4	
A qué estrategia responde la acción	Boletín Informativo Impreso.
Problema	Se crea el boletín informativo, ante la falta de información que reciben los trabajadores sobre las acciones que realiza la institución tanto interna como externamente.
Producto	Esta será la acción de la estrategia principal del proyecto. El boletín informativo, será un bifoliar tamaño media carta de papel couche, impreso a full color en tiro y retiro. El cual tendrá un tiraje de 150 ejemplares en su primera edición para el mes de junio y 150 en la segunda edición para el mes de julio.
Objetivo comunicacional	La creación del boletín informativo impreso, se da con el objetivo de que los trabajadores de la institución estén informados de lo que acontece dentro y fuera de ella. Así como de mejorar a través de su contenido el clima laboral.
Tipo de mensaje	El mensaje que difundirá se centra en “conocer las acciones de la institución”
Público objetivo	El boletín informativo impreso, está dirigido a todos los trabajadores y colaboradores que ejercen sus función dentro de las instalaciones de la Dirección General de Educación Física.
Medio de difusión	El boletín será diagramado y diseñado del 1 al 8 de junio. Durante todo el mes de junio y julio se irá alimentando de contenido e información institucional relevante.

CONTENIDO DEL BOLETÍN		
PAGINA	TEMA	DESCRIPCIÓN
1 (portada)	Noticia del mes	Información de la noticia más trascendental del mes.
2	Que hace tu unidad?	En cada edición se elige una unidad y se detallan sus acciones institucionales.
2	Trabajador destacado	Se elige a un trabajador sobresaliente. Se le realiza un reportaje, biografía o entrevista.
3	Noticias	Se detallan todas las actividades que la institución realizó durante el mes.
4	Calendario	Cronograma de actividades que se realizarán durante el siguiente mes
4	Cumpleaños	Lista de nombres de trabajadores que cumplieron años durante el mes
4	Entretenimiento	Memes, crucigramas, chistes, trivias, e información o datos curiosos.

Acción 5	
A qué estrategia responde la acción	Charla informativa
Producto	<p>Presentación y exposición del boletín informativo impreso a todo el personal de la institución a través de una reunión informativa a realizarse el 29 de julio a las 10 de la mañana, organizada por la coordinación de Promoción y Divulgación de la institución.</p> <p>Durante la charla se entregarán 150 boletines informativos a todos los trabajadores. Con esta acción se finalizará la campaña de expectación.</p>
Objetivo comunicacional	Llegar a la mayoría de trabajadores y explicar a detalle el contenido y la justificación del boletín informativo.
Tipo de mensaje	Informémonos y conozcamos nuestra institución.
Público objetivo	Todos los trabajadores que laboran dentro de las instalaciones de la Dirección General de Educación Física.
Medio de difusión	Durante la charla y exposición del boletín. Se estarán entregando los 150 boletines impresos a todos los trabajadores presentes. Se tendrá la ayuda de 5 colaboradores de la coordinación para la entrega.

Acción 6	
A qué estrategia responde la acción.	Buzón de sugerencias.
Problema	La insatisfacción en el contenido del boletín.
Producto	Se instalarán dos buzones de material acrílico de 20X30 cm. Uno en el pasillo en donde se encuentran las oficinas del área extracurricular y otra en el pasillo en donde se encuentran las oficinas del área administrativa. Inserto en el boletín, irá una hoja media carta en donde el trabajador puede escribir sus sugerencias e introducirlas en los respectivos buzones. Esta acción se realizará solo para la primera edición del boletín.
Objetivo comunicacional	Mejorar el contenido del boletín y la satisfacción en el lector/trabajador, en donde pueda escribir lo que siente.
Tipo de mensaje	Mensaje inductivo
Público objetivo	Trabajadores que hayan recibido el boletín informativo impreso
Medio de difusión	El día de la entrega del boletín informativo impreso, Durante la reunión informativa, se anunciará en donde estarán ubicados los buzones. La hoja en donde se escribirán las sugerencias irá inserto dentro del boletín el cual podrá ser llenado y depositado en los buzones que permanecerán en los puntos estratégicos durante la semana del 1 al 7 de julio.

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. PROYECTO DESARROLLADO

Ejecución del plan comunicacional interno de la Coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física -DIGEF-.

3.1.1 Financiamiento

El 15% de los gastos fueron proporcionados por la Coordinación de Promoción y Divulgación de la DIGEF. El 85% restante fue asumido por el epesista.

3.1.2 Presupuesto

Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo total	Financiamiento
44	Impresión de afiches full color, tamaño tabloide de papel Couche.	Q 12.00	Q 528.00	DIGEF
300	Impresión de bifolios, tiro y retiro en papel tamaño carta couche. Full color	Q 4.00	Q 1,200	DIGEF
1	Diagramación de boletín	Q 1,000	Q 1,000	Epesista
2	Diseños de afiches	Q 500	Q 1,000	Epesista
1	Diseño de boletín	Q 500	Q 500	Epesista
1	Asesoría de la estrategia de comunicación	Q 7,000	Q 7,000	Epesista
		Total del proyecto	Q. 11,228.00	

FINANCIAMIENTO	
Epesista	Q 9,500
DIGEF	Q 1,728
Total	Q 11,228

3.1.3 Beneficiarios

Beneficiarios	Beneficio
<p>Beneficiarios Primarios</p> <p>Colaboradores que trabajan dentro de la sede de la Dirección General de Educación Física.</p>	<p>El beneficio principal es dirigido al grupo de 218 trabajadores de la institución, quienes a través del boletín impreso reciben información interna.</p>
<p>Beneficiarios Secundarios</p> <p>Personal de la oficina de la Coordinación de Promoción y Divulgación.</p>	<p>El beneficio secundario se dirige a:</p> <p>Coordinador: Se crea un producto que fortalece el área de comunicación.</p> <p>Encargado de comunicación interna: Se proporciona una nueva herramienta para el traslado de información a los trabajadores.</p> <p>Dirección y coordinaciones: Se dan a conocer sus acciones y actividades que realizan.</p>

3.1.4 Recursos Humanos

Personal	Cargo	Actividad
Lic. Josué Morales	Coordinador de Promoción y Divulgación	Asesoría en temas institucionales. Aprobación de productos y artes finales.
Lic. Omar Vela	Encargado de comunicación interna	Apoyo para la estrategia de comunicación específicamente la campaña de expectación.
Fernán Blanco	Comunnity Manager	Apoyo en fotografía y acompañamiento en charla y entrega de boletines.
Manuel Santizo	Diseñador Freelance	Soporte en diagramación de boletín
Valeria Arriola	Diseñadora	Apoyo en diseño de afiches para campaña de expectación.

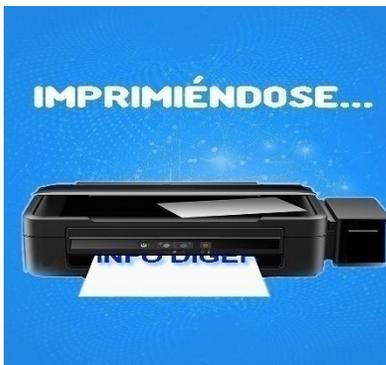
3.1.5 Área Geográfica de Acción

Oficina de Promoción y Divulgación, Dirección General de Educación Física – DIGEF-, 32 calle 9-10 zona 11 colonia Granai I, ciudad de Guatemala.

3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

1era. ESTRATEGIA

- **Estrategia:** Campaña de expectación
- **Objetivo comunicacional:** Crear expectativa para el lanzamiento del producto de comunicación (boletín informativo).
- **Descripción:** Se diseñó un afiche que captara la atención de los trabajadores dentro de la institución.
- **Acciones desarrolladas:**
Acción 1: Afiches en carteleras
Acción 2: Fondos de pantalla
Acción 3: Difusión por correo electrónico



Diseño de afiche utilizado para campaña de expectación. Junio 2017.



Epesista Misael Patricio colocando afiches en carteleras ubicadas en principales pasillos. Junio 2017



Fondo de pantalla con el afiche de la campaña de expectación. Junio 2017

2da. ESTRATEGIA

- **Estrategia:** Boletín Informativo Impreso
- **Objetivo comunicacional:** Informar, formar y motivar a los trabajadores dentro de la institución.
- **Descripción:** Se creó un boletín informativo impreso mensual, que informó durante los meses de junio y julio a los trabajadores de las actividades que se dieron en la institución.
- **Acciones desarrolladas:**
 - Acción 1: Diagramación, diseño y contenido de boletín
 - Acción 2: Repartición y entrega de boletines
 - Acción 3: Charla personalizada de los objetivos del boletín



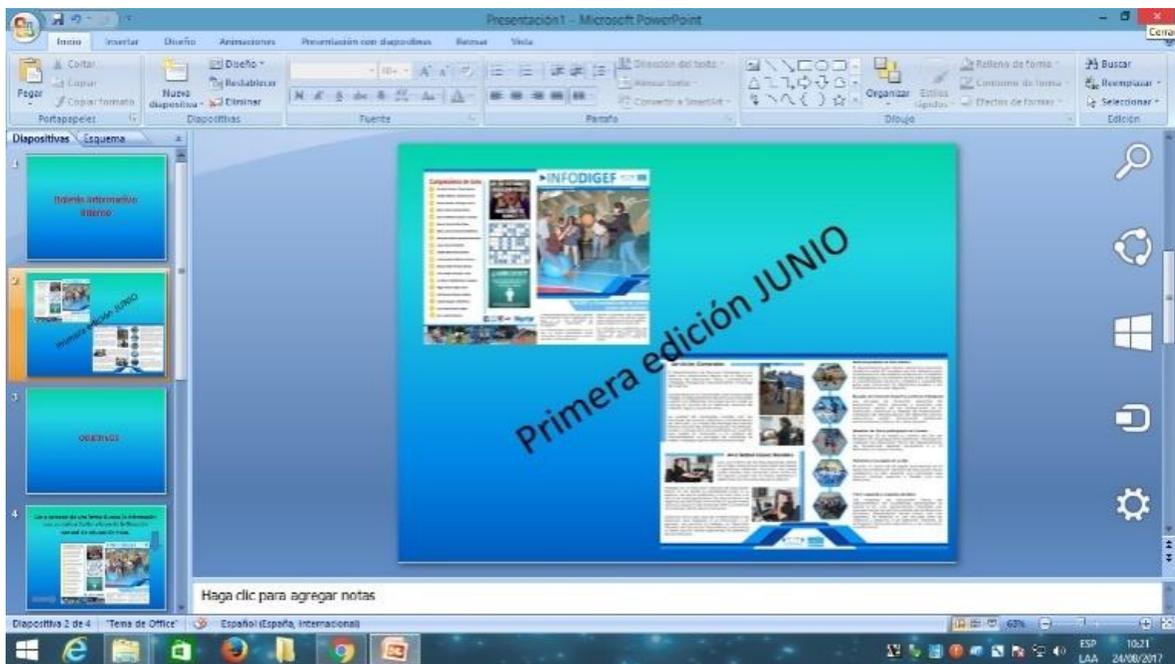
Impresión de boletines. Junio 2017.



Entrega de boletín por parte de epesista Misael Patricio a Jorque Quevedo encargado de transportes. Junio 2017.

3ra. ESTRATEGIA

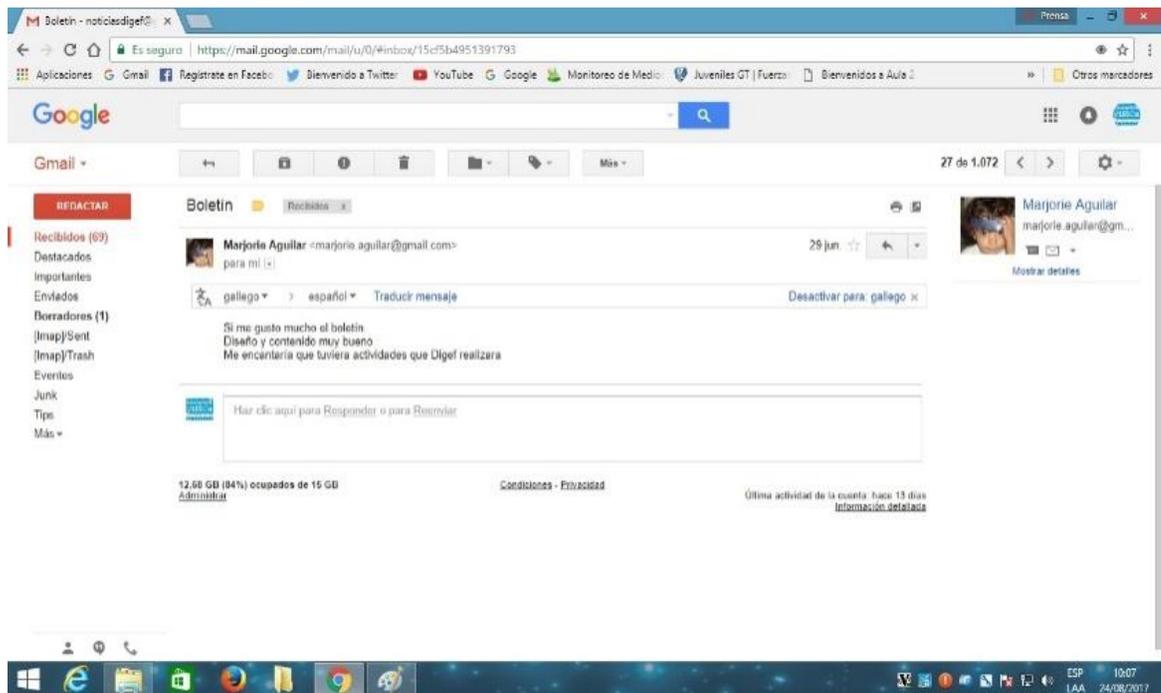
- **Estrategia:** Reunión Informativa
- **Objetivo comunicacional:** Dar a conocer los objetivos, estrategia y detalles del boletín informativo impreso.
- **Descripción:** Posterior a la entrega de la primera edición del boletín, se realizó una reunión con representantes de cada unidad para dar a conocer los detalles y objetivos del boletín informativo impreso.
- **Acciones desarrolladas:**
Acción 1: Presentación con diapositivas



Modelo de diapositiva proyectada en reunión informativa. Julio 2017.

4ta. ESTRATEGIA

- **Estrategia:** Respuestas, opiniones, aportes por correo electrónico
- **Objetivo comunicacional:** Recibir la respuesta, critica, opiniones, aportes y solicitudes del contenido del boletín
- **Descripción:** Dentro del boletín, como inserto, se incluyó la dirección de un correo electrónico en el cual los trabajadores pudieron hacer sus aportes respecto al boletín.
- **Acciones desarrolladas:**
Acción 1: Inserto en el boletín
Acción 2: Revisar y responder las solicitudes hechas en el correo electrónico e incluirlas en el contenido del boletín.



Retroalimentación. Correo Electrónico con aporte de Marjorie Aguilar al correo de la oficina de Promoción y Divulgación. Julio 2017.

3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

MES	JUNIO				JULIO			
	1s	2s	3s	4s	1s	2s	3s	4s
Campaña de expectación								
Diagramación y diseño de boletín								
Contenido de boletín								
Entrega de boletín								
Reunión informativa								
Retroalimentación por correo electrónico								

3. 4. CONTROL Y SEGUIMIENTO

Estrategia	Indicadores Cuantitativos	Indicadores Cualitativos
Campaña de expectación. Objetivo: Crear expectativa para el lanzamiento del boletín informativo (estrategia principal).	El 80 % de trabajadores logró visualizar el afiche en los diferentes medios que se difundió	<p>"Me impactó y me generó la duda por saber que sorpresa comunicacional nos iban a dar". Nataly Domingo, encargada de Viáticos.</p> <p>"Me pareció interesante la imagen de la expectación". Juan Carlos López, coordinador de Servicios Generales.</p> <p>"Ver los afiches en varios lugares me dio la inquietud de conocer de que se trataba". Lidia Ramírez, encargada de Cheerleading.</p>

<p>Boletín Informativo Impreso. Objetivo: Informar, formar y motivar a los trabajadores dentro de la institución.</p>	<p>De 210 trabajadores dentro de la sede de la institución. 150 obtuvieron las 2 ediciones del boletín.</p>	<p>“Enriquecedor, informativo y variado, nos sacó un poco de la rutina y nos ayudó a conocer lo que la institución realiza interna y externamente”. Marjorie Aguilar, secretaria Recursos Humanos.</p> <p>"Información institucional bien variada". Jorge Quevedo, encargado de Transportes.</p> <p>"Es un producto de comunicación muy útil para nosotros los trabajadores". Estaban Moraga, Inventarios.</p>
<p>Reunión Informativa. Objetivo: Dar a conocer los objetivos y estrategia del boletín informativo impreso.</p>	<p>48 trabajadores estuvieron presentes en la reunión informativa.</p>	<p>“Conocimos a fondo, los objetivos y estrategias por el cual se realizó el boletín”. William Salguero, coordinador INJUD.</p> <p>"Una manera más personalizada de conocer a profundidad el proyecto". Berennise Zabaleta, asistente de Compras.</p> <p>"Resolvieron inquietudes con respecto al boletín de una manera clara". Edgar Gudiel, encargado Torneos Escolares.</p>
<p>Respuestas, opiniones, aportes por correo electrónico. Objetivo: Recibir la respuesta, crítica, opiniones, aportes y solicitudes del contenido del boletín</p>	<p>35 trabajadores enviaron sus comentarios, sugerencias y aportes a través del correo electrónico.</p>	<p>“Con la retroalimentación, nosotros proponemos nuestras actividades”. Jorge Escalante, Piloto.</p> <p>"Realizamos críticas y opiniones a través de esa vía". Sergio Lucero, técnico de Torneos Escolares.</p> <p>"Una buena vía para dar a conocer y recibir respuesta más precisa". Marlíni Son, Interculturalidad.</p>

CONCLUSIONES

- Existe un gran porcentaje de comunicación informal dentro de la Dirección General de Educación Física originado por los mismos trabajadores, los cuales solo generan especulaciones y rumores.
- Ante las necesidades que tiene el trabajador de ser incluido y escuchado, se abre la oportunidad para la Coordinación de Promoción y Divulgación de generar nuevos modelos comunicativos. El boletín informativo interno, ayudó a incluir a los trabajadores y ser parte del proyecto.
- El boletín informativo interno, como estrategia principal, evidenció el poco conocimiento sobre el que hacer de las unidades, la poca información que se tiene diariamente de actividades internas y externas; así como la desmotivación que muchos trabajadores proyectan.
- Los trabajadores de la institución están abiertos a recibir nuevos proyectos comunicacionales que ayuden a fortalecer el trabajo de sus unidades. La Coordinación de Promoción y Divulgación lo está, para crear y mejorar productos comunicacionales.
- La relación bidireccional entre la oficina de comunicación y otras unidades, quedó evidenciado durante el diagnóstico, sin embargo, generó un enlace positivo en el momento de la ejecución.
- Los productos de comunicación nuevos y alternativos, fortalecen los medios de comunicación tradicionales.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a la oficina de la Coordinación y Divulgación de la Dirección General de Educación Física, la continuidad de la estrategia comunicativa "Boletín Informativo Interno".
2. Se recomienda la creación de nuevos productos de comunicación internos para mejorar el clima laboral dentro de la institución.
3. Se recomienda al director general de la Institución, el acompañamiento a las diferentes estrategias de comunicación interna.
4. Se recomienda la sistematización y el vínculo directo entre los trabajadores a través de la oficina de comunicación.
5. Se recomienda al coordinador de Promoción y Divulgación brindar el espacio para nuevas ideas que fortalezcan el quehacer comunicacional. Específicamente en el área de comunicación interna.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Acción:**hecho, acto u operación que implica actividad, movimiento o cambio y normalmente un agente que actúa voluntariamente, en oposición a quietud o acción no física.
- **Afiche:** impreso, generalmente de gran tamaño, que se emplea para propaganda o con fines informativos y que se fija en paredes y lugares públicos.
- **Bidireccional:** que tiene dos direcciones
- **Boletín:** publicación periódica de carácter oficial de las instituciones de gobierno
- **Colaborador:** persona que trabaja con otras en la realización de una tarea en común.
- **Cualitativa:** está orientado a revelar cuáles son las características de alguna cosa
- **Cuantitativa:**se refiere a la naturaleza numérica de datos, métodos, investigaciones o resultados.
- **Criterio:** regla o norma conforme a la cual se establece un juicio o se toma una determinación.
- **Community Manager:** es el profesional responsable de construir, gestionar y administrar la comunidad online alrededor de una marca en Internet, creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con sus clientes, sus fans y, en general, cualquier usuario interesado en la marca.
- **Coordinación:** acción de coordinar

- Diagnóstico: análisis que se realiza para determinar cualquier situación y sus tendencias
- Divulgación: difundir, promover o publicar algo para ponerlo al alcance del público.
- Difusión: proceso de propagación o divulgación de conocimientos, noticias, actitudes, costumbres, modas, etc.
- Expectación: interés o espera, generalmente curiosa o tensa, de un acontecimiento que interesa o importa.
- Educación Física: conjunto de disciplinas, especialmente escolares, que tienen como fin el desarrollo del cuerpo mediante la práctica del deporte.
- Entrevista: acto comunicativo que se establece entre dos o más personas y que tiene una estructura organizada a través de la formulación de preguntas y respuestas.
- Encuesta: serie de preguntas que se hace a muchas personas para reunir datos o para detectar la opinión pública sobre un asunto determinado.
- Estrategia: serie de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado.
- Financiamiento: mecanismo por medio del cual se aporta dinero o se concede un crédito a una persona, empresa u organización para que esta lleve a cabo un proyecto.

- Frecuencia: número de veces que aparece, sucede o se realiza una cosa durante un período o un espacio determinados.
- Institucional: que está relacionado a un organismo o institución.
- Medios alternativos: un emisor de información independiente que no constituye una agencia de información ni de los medios masivos de comunicación.
- Muestra: parte o cantidad pequeña de una cosa que se considera representativa del total y que se toma o se separa de ella con ciertos métodos para someterla a estudio, análisis o experimentación.
- Método Mixto: es el complemento natural de la investigación tradicional cualitativa y cuantitativa.
- MINEDUC: Ministerio de Educación.
- Promoción: acción de promocionar a una persona, un producto o un servicio.
- Presupuesto: conjunto de los gastos e ingresos previstos para un determinado período de tiempo.
- Redes Sociales: son sitios de Internet formados por comunidades de individuos con intereses o actividades en común.
- Reunión informativa: sirve para recolectar y/o transmitir información para y desde el grupo.
- Sistematización: proviene de la idea de sistema, de orden o clasificación de diferentes elementos bajo una regla o parámetro similar.

BIBLIOGRAFÍA

Aguirre, F. (2,015) Estrategia de Comunicación Organizacional Interna para la Empresa Productos Lácteos de Centroamérica Lala (Ejercicio Profesional Supervisado), Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala.

Aprix, Roger D. (1,996). La Comunicación para el Cambio. Editorial Granica.

Coordinación de Promoción y Divulgación, Dirección General de Educación Física, (2,013) Catalogo Institucional, Guatemala.

Denzin, N & Lincoln, Y. (2,012). El Campo de la Investigación Cualitativa. Editorial Gedisa.

Decreto Número 76-97. (2,012). Ley Nacional de la Cultura Física y el Deporte, Guatemala.

Fernández Collado, C. (1,999). La Comunicación en las Organizaciones. Distrito Federal México, Editorial Trillas.

León, O. (2,016). Cómo redactar textos científicos y seguir las normas APA. 6ta. Madrid España: Garceta.

E GRAFÍA

Bacal, R. (s.f). (2,008) *InternalCommunicationStrategies-TheNeglectedStrategic Element-* [Electronic Version]. Disponible en: http://www.wikipedia.org/wiki/Internal_communications.

Dueñas, f (2,013), La Importancia de la Comunicación Interna en las Organizaciones, Artículo. Disponible en: <http://blog.acsendo.com/la-importancia-de-la-comunicación-interna-en-las-organizaciones/>

H, Andrés y Joseph C. (2012). Metodologías y Técnicas Cuantitativas de Investigación. España: Universitat Politècnica de València. Disponible en: https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/17004/Metodolog%EDa%20y%20t%E9cnicas%20cuantitativas%20de%20investigaci%F3n_6060.pdf?sequence=3

Sampieri, R.Carlos, F. y Pilar, B. (2006). Metodología de la Investigación. México: MacGraw Hill Interamericana Editores. Disponible en: https://competenciashg.files.wordpress.com/2012/10/sampieri-et-al-metodologia-de-la-investigacion-4ta-edicion-sampieri-2006_ocr.pdf

ANEXOS

Transcripción de entrevistas

Entrevista 1

Licenciado Josué Morales, coordinador de Promoción y Divulgación.

1. ¿Cuál es la función del área de comunicación interna de la Coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física?

El objetivo de la comunicación interna como su nombre lo dice, es informar hacia el seno interno de la institución, entiéndase como cliente interno, los colaboradores que trabajan dentro de la institución en planta central.

Dentro de los grupos objetivos, aparte de los trabajadores y colaboradores de planta central, se refiere al personal permanente y colaboradores, va dirigido al personal que eventualmente trabaja prestando servicio técnicos o profesionales dentro de la Digef. También son parte del grupo objetivo, aunque no trabajan en la sede, todos los coordinadores técnicos, orientadores metodológicos, directores de las escuelas normales de educación física y los maestros de educación física del país.

El objetivo del área es trasladar información de interés institucional, que pueda promover la mejora en el clima laboral, y la motivación hacia los trabajadores, en el entendido que, en los últimos años, la comunicación interna ha sido muy deficiente, porque la comunicación no sale ni surge desde el mismo seno que es la dirección, sino desde la oficina de comunicación social.

Es decir, no existe una estructura ni una estrategia de comunicación organizacional, que haga que la comunicación fluya y venga emanada desde la máxima autoridad institucional.

2. ¿Qué medios se utilizan para divulgar la información interna?

Los medios que utilizamos en comunicación interna, el principal es el e-mail, se utiliza a través de una base de datos interna que sistemáticamente se actualiza año con

año, y se utilizan otros medios visuales, carteleras, afiches, o información adicional, que se pueda llegar por esa vía. Anteriormente se utilizó el teléfono, pero es algo muy debilitado que debe fortalecerse.

3. ¿Cuál es el proceso y las vías para recibir y enviar información interna?

El tema de comunicación interna es el área más deficiente dentro de la oficina de promoción y divulgación durante los últimos años. No existe un proceso, ni estructura. La comunicación fluye a través de las solicitudes de las diferentes unidades y en algunos casos, para convocar reuniones informativas o generales de interés.

El proceso está debilitado, no establece más que una solicitud vía escrita y a veces verbal. La publicación se realiza a través de un encargado de comunicación interna. Hay otras campañas internas que promueven actividades internas como día de la madre, padre o día del cariño.

4. ¿Qué obstáculos ha detectado para el correcto funcionamiento de la comunicación interna bidireccional?

Los obstáculos que se visualiza en el área es la falta de interés de los trabajadores, un mal clima laboral y la gente prefiere la comunicación informal, tampoco ha existido un interés de dar una información de parte de autoridades, que mantenga al personal informado, motivado y al tanto de lo que sucede a nivel institucional.

5. ¿A su criterio, como podría mejor la comunicación interna?

La solución está en la cabeza principal, mientras las autoridades no establezcan una línea concreta de comunicación en la cual, la oficina de comunicación sea la que canalice las ideas de comunicación interna junto a recursos humanos, haciendo un esfuerzo conjunto para que las cosas se puedan mejorar. Invertir en medios más

actualizados, más tecnología, segmentar los grupos objetivos para poder llegar. Hay diferentes redes para canalizar que debería de resolverse en el corto plazo.

Entrevista 2

Licenciado Marvin Cruz, coordinador de Recursos Humanos

1. ¿Conoce cuál es la función de la oficina de promoción y divulgación de la Digef?

La oficina de promoción y divulgación es la encargada de informar al personal del acontecer institucional.

2. ¿Puede mencionarme a través de qué medios de comunicación recibe información interna de parte de la oficina de comunicación y con qué frecuencia? ¿Es de su interés?

De ellos recibimos información a través de correo electrónico y por carteleras. Es de mi interés la información y están ubicadas en puntos estratégicos. La frecuencia con que mandan información es casi a diario.

3. ¿Qué contenido de interés, con qué frecuencia y a través de qué medios le gustaría recibir información de comunicación interna?

Me gustaría seguir recibiendo contenido por medio de correo electrónico, redes sociales y whatsapp. Contenido que me gustaría recibir solo oficial, si se mezcla con otra cosa puede tergiversar y poner engorrosa la información.

4. ¿Transmite usted información de actividades de su equipo de trabajo a la Coordinación de Promoción y Divulgación? Y si lo hace, ¿qué medios utiliza?

Recursos Humanos, apoya a la oficina. Traslado información que es de interés para los trabajadores de aquí, tengan que ver con disposiciones de la dirección, horarios, ética, comportamiento dentro de las instalaciones, capacitaciones, para que la oficina de comunicación la divulgue.

No siempre quedamos satisfecho con la comunicación interna que manejan por las limitaciones de algunas situaciones. La información llega general o limitada, o no llega. Y que mejorar la forma del contenido y como se redacta para que la información llegue en sustancia y no quede dudas.

5. ¿Qué obstáculos o deficiencias ha encontrado, que impiden una buena comunicación interna bidireccional?

La forma en que se publica puede ser un obstáculo hay mantener la información clara.

6. ¿Qué sugiere, para tener una comunicación interna efectiva?

Para mejorar se tiene que ver con los mecanismos de publicación. Corregir los criterios, actualizarlos, mejorarlos, para que la información tenga sentido de lo que uno pueda dar, como uno lo necesita.

Entrevista 3

Licenciado Francisco Montenegro, coordinador Extracurricular

1. ¿Conoce cuál es la función de la oficina de promoción y divulgación de la Digef?

Aun no tengo muy claro cuál es la función específica de la Coordinación de Promoción y Divulgación.

2. ¿Puede mencionarme a través de qué medios de comunicación recibe información interna de parte de la oficina de comunicación y con qué frecuencia? ¿Es de su interés?

Hemos recibido información a través de correo electrónico y carteleras, también en diferentes áreas. Lo recibo siempre que hay una actividad, es esporádico.

3. ¿Qué contenido de interés, con qué frecuencia y a través de qué medios le gustaría recibir información de comunicación interna?

La información si es de interés, nos empapamos de cosas que desconocemos, a pesar de que nosotros originamos la comunicación, a través de correo electrónico.

4. ¿Transmite usted información de actividades de su equipo de trabajo a la Coordinación de Promoción y Divulgación? Y si lo hace, ¿qué medios utiliza?

Nos gustaría tener más acercamiento con Promoción y Divulgación, más acercamiento bilateral para que haya más fluidez de las actividades que logramos realizar. Me gustaría que se utilizaran otros medios para divulgar como revista, boletines con informe de actividades semanales, quincenales o mensual.

5. ¿Qué obstáculos o deficiencias ha encontrado, que impiden una buena comunicación interna bidireccional?

Nuestro vínculo con Promoción y Divulgación es proveyendo a ellos la información necesaria para que puedan publicar. Algunos hacen las gestiones para informar y otros no. Las cosas hay que cacaraquearlas para que se den a conocer.

6. ¿Qué sugiere, para tener una comunicación interna efectiva?

La información nosotros la trasladamos por escrito, a veces se logra el objetivo. El inconveniente con el que nos topamos es que para coberturas la oficina de comunicación es muy poco y no se alcanza para cubrir las actividades. Poco personal.

Entrevista 4

Licenciada Paola Ortiz, coordinadora Curricular

1. ¿Conoce cuál es la función de la oficina de promoción y divulgación de la Digef?

La función de la oficina de Promoción y Divulgación, como su nombre lo indica es promocionar la educación física, que estudiantes, maestros y público en general sobre el que hacer de la Dirección General de Educación Física.

2. ¿Puede mencionarme a través de qué medios de comunicación recibe información interna de parte de la oficina de comunicación y con qué frecuencia? ¿Es de su interés?

He recibido información interna, solo por correo electrónico, algunas veces es de interés y otras no. La frecuencia es 2 a 4 veces al mes.

3. ¿Qué contenido de interés, con qué frecuencia y a través de qué medios le gustaría recibir información de comunicación interna?

Me gustaría recibir contenido como resúmenes de acciones que hacen otras unidades. Están relacionadas, pero como no se sabe, se pierde. Lo ideal que en un mismo comunicado se unifiquen todos porque van con un mismo fin.

Tal vez ver el tema que se va a enviar y si no hay otra coordinación que esté trabajando para unificar y si no, mandárselo a los demás para que todos estemos enterados. Quisiera recibir por redes sociales o correo electrónico.

4. ¿Transmite usted información de actividades de su equipo de trabajo a la Coordinación de Promoción y Divulgación? Y si lo hace, ¿qué medios utiliza?

Curricular colabora con la oficina de comunicación, trasladando la información de las acciones para que puedan ser publicadas. Las solicitudes se hacen por medio de notas oficios, se da cobertura, aunque dependiendo de las acciones que ellos tengan programadas, a veces si se dan a conocer y a veces no.

5. ¿Qué obstáculos o deficiencias ha encontrado, que impiden una buena comunicación interna bidireccional?

Los obstáculos que encuentro es la cantidad de coberturas que se dan, entonces si hay varias al mismo tiempo es probable que no se cumpla con todos, porque también depende de la importancia. O la repercusión de deporte con otra actividad. También depende de la calendarización. Debe ser parejo, enfocar también en las actividades curriculares.

6. ¿Qué sugiere, para tener una comunicación interna efectiva?

En cuanto a cobertura interna me gustaría se hiciera una programación y un calendario de actividades y verificar la base de datos, no llegan algunos correos. Hacer un resumen de las actividades que se harán y divulgarlo.

Modelo de Entrevista



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



Entrevista

La siguiente entrevista forma parte de un diagnóstico comunicacional, con el objetivo de identificar y evaluar las vías de comunicación interna que se dan, entre la coordinación de Promoción y Divulgación y los departamentos que conforman la Dirección General de Educación Física.

A coordinadores de Recursos Humanos, Curricular y Extracurricular de la institución

1. ¿Conoce cuál es la función de la oficina de promoción y divulgación de la Digef?
2. ¿Puede mencionarme a través de qué medios de comunicación recibe información interna de parte de la oficina de comunicación y con qué frecuencia? ¿Es de su interés?
3. ¿Qué contenido de interés, con qué frecuencia y a través de qué medios le gustaría recibir información de comunicación interna?
4. ¿Transmite usted información de actividades de su equipo de trabajo a la Coordinación de Promoción y Divulgación? Y si lo hace, ¿qué medios utiliza?
5. ¿Qué obstáculos o deficiencias ha encontrado, que impiden una buena comunicación interna bidireccional?
6. ¿Qué sugiere, para tener una comunicación interna efectiva?

A coordinador de Promoción y Divulgación de la Digef

1. ¿Cuál es la función del área de comunicación interna de la Coordinación de Promoción y Divulgación de la Dirección General de Educación Física?
2. ¿Qué medios se utilizan para divulgar la información interna?
3. ¿Cuál es el proceso y las vías para recibir y enviar información interna?
4. ¿Qué obstáculos ha detectado para el correcto funcionamiento de la comunicación interna bidireccional?
5. ¿A su criterio, como podría mejorar la comunicación interna?

Modelo de Encuesta



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



Encuesta

El siguiente cuestionario forma parte de un diagnóstico comunicacional, con el objetivo de identificar y evaluar las vías de comunicación interna que se dan, entre la coordinación de Promoción y Divulgación y los departamentos que conforman la Dirección General de Educación Física.

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

1. ¿Conoce cuál es la función de la Coordinación de Promoción y Divulgación?

Sí

No

2. ¿Recibe información de actividades de Digef a través de la Coordinación de Promoción y Divulgación?

Sí

No

3. ¿Con que frecuencia recibe información de la Coordinación y Divulgación?

Siempre	Pocas veces	Nunca
---------	-------------	-------

4. ¿Cuáles son los medios en donde recibe información?

- Correo electrónico
- Reunión informativa
- Llamadas telefónicas
- Carteleras
- No recibe
- Otros ¿Cuáles? _____

5. ¿Qué tipo de información es la que más recibe?

- Social
- Oficial
- General
- No recibe
- Otros ¿Cuáles? _____

6. ¿Cómo califica el trabajo que realiza el área de comunicación interna de la Coordinación de Promoción y Divulgación de Digef?

Excelente	Buena	Regular	Mala
-----------	-------	---------	------

7. ¿Qué contenido o información de comunicación interna de la Digef le gustaría recibir?

- Programacion de Eventos
- Convocatorias
- Actividades internas
- Ninguna
- Otros ¿Cuáles? _____

8. De las diferentes plataformas de comunicación. ¿Cuál es la que más utiliza?

- Twitter
- Facebook
- WhatsApp
- Correo electrónico
- No utiliza
- Otros ¿Cuál? _____

9. ¿En qué plataforma le gustaría recibir contenido de comunicación?

- Twitter
- Facebook
- WhatsApp
- Correo electrónico
- No utiliza
- Otro ¿Cuál? _____

10. Observación:

Matriz o vaciado de la encuesta

PREGUNTA 1	
Sí	63
No	2

PREGUNTA 2	
Sí	26
No	24

PREGUNTA 3	
Siempre	40
Pocas veces	24
Nunca	1

PREGUNTA 4	
Correo electrónico	54
Reunión informativa	14
Llamadas telefónicas	1
Carteleras	34
No recibe	10
Otros	3

PREGUNTA 5	
Social	16
Oficial	50
General	23
No recibe	10
Otros	0

PREGUNTA 6	
Excelente	14
Bueno	35
Regular	16
Malo	0

PREGUNTA 7	
Programación de eventos	39
Convocatorias	30
Actividades Internas	37
Ninguna	0
Otros	2

PREGUNTA 8	
Twitter	3
Facebook	28
WhatsApp	32
Correo electrónico	36
No utiliza	1
Otros	0

PREGUNTA 9	
Twitter	2
Facebook	18
WhatsApp	20
Correo electrónico	35
No utiliza	1
Otros	0

PREGUNTA 10	
Observaciones	1

Fuente: elaboración propia

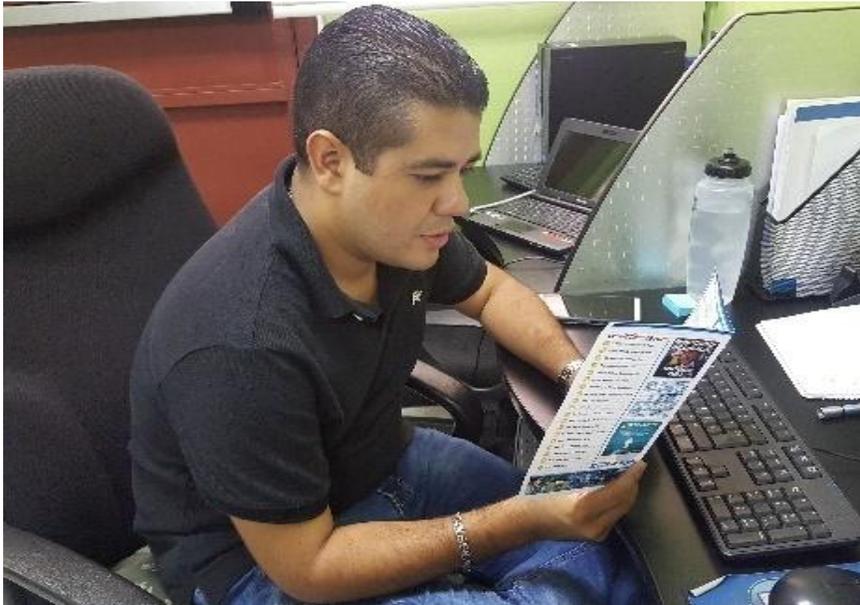
CheckList de acciones

Actividad	Realizada	No realizada	Descripción
Afiches en carteleras	X		Se elaboraron 2 diseños para afiches publicitarios. Se imprimieron 22 afiches tamaño tabloide full color y se colocaron en 22 carteleras ubicadas dentro de las instalaciones de la institución.
Fondos de pantalla	X		Los diseños de afiche se colocaron como fondos de pantalla en 75 computadoras utilizadas dentro de la institución.
Difusión por correo electrónico	X		Se divulgó la campaña de expectación por medio del correo electrónico institucional.
Boletín	X		Se creó un bifoliar tamaño media carta de papel couché, impreso a full color en tiro y retiro. Con un tiraje de 150 ejemplares en su primera edición y 150 en la segunda.
Reunión informativa	X		Se realizó una reunión informativa con representantes de cada unidad para brindar detalles del boletín informativo impreso.
Buzón de sugerencias		X	No se instalaron los buzones de sugerencias. A cambio se dio a conocer el correo electrónico institucional, para que a través de él, los trabajadores pudieran brindar sus aportes y críticas.

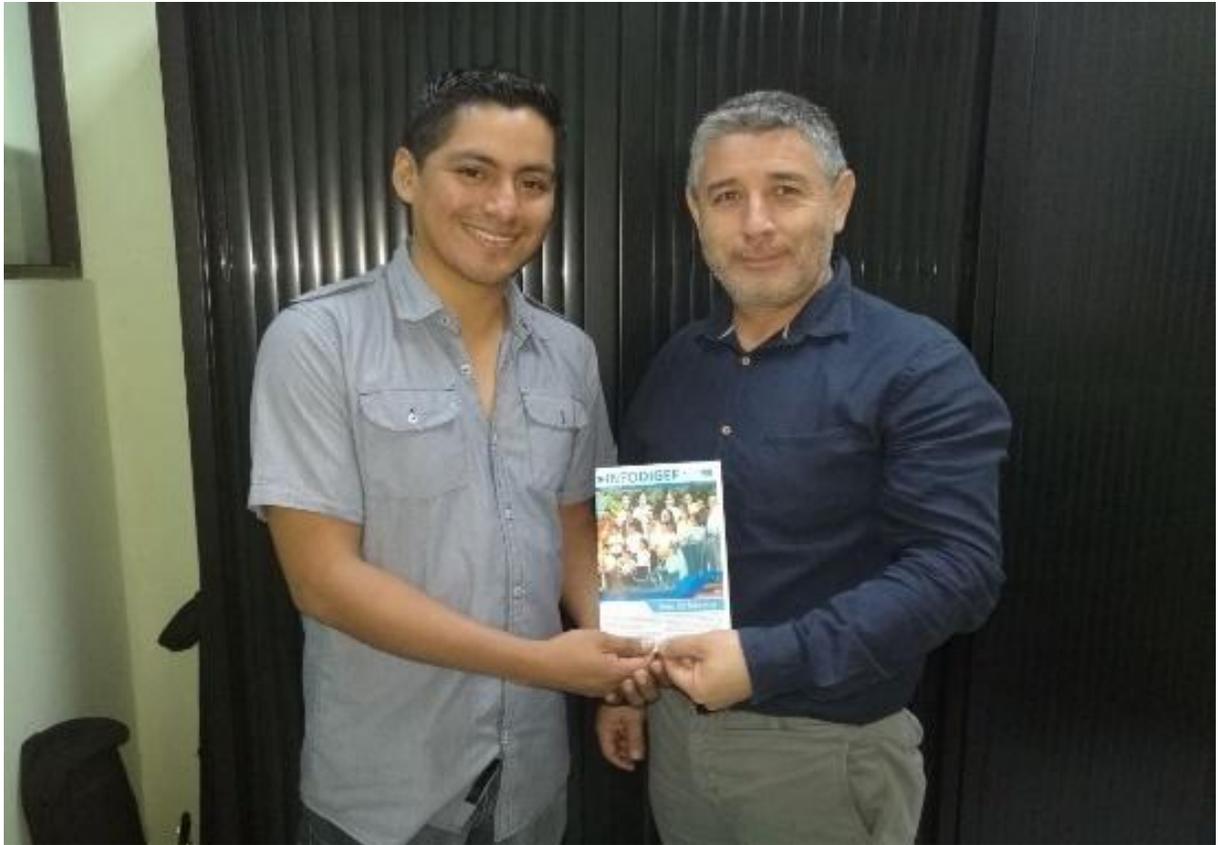
Material Visual



Diseño de afiche para campaña de expectación. Junio 2017.



Revisión de boletín por Fernán Blanco, Comunnity Manager. Julio 2017.



Entrega del 2do. Boletín al Coordinador de Promoción y Divulgación, Lic. Josué Morales por parte de epeista Misael Patricio. Julio 2017.

Cumpleañeros de Junio

- 7 Gonzalo Antonio Pineda Meda
- 20 Sandra Patricia Ariola de León
- 12 Nieves Nataly Domingo Franco
- 14 Blanca Dora Arévalo Glrán
- 18 Dorcas Marlene García Ghaclán
- 13 Marco Antonio Díaz López
- 2 Maíra Lorena Gómez Castellanos
- 18 Berenisse Belém Zabeleta González
- 16 Jesús García Ordóñez
- 26 Jander René Navas Lemus
- 30 Luis Humberto Méndez Aldana
- 12 Marco Emilio Proaño Gámez
- 17 José Ismael González Arias
- 27 Luz de la Caridad Ajcuc Jaquín
- 4 Edgar Arturo López Talva
- 25 Lidia Susaly Ramírez Matías
- 7 Carlos Augusto Allen Puluc
- 2 Aura Janet García López
- 27 Ana Lisette Gutierrez



7	8	4		1	2
6			7	5	9
		6	1	7	8
	7	4	2	6	
	1	5	9	3	
9	4	6			5
	7	3		1	2
1	2		7	4	
4	9	2	6		7



Portada y contraportada. Boletín 1era. Edición. Junio 2017

INFODIGEF



Guatemala Junio de 2017 Edición No. 1



DIGEF y Fundabiem se unen para sensibilizar

Colaboradores de la Dirección General de Educación Física organizaron el lunes 9 una actividad de sensibilización organizada por Fundabiem. Los colaboradores desarrollaron varias actividades que regularmente realizan personas con discapacidades.

Algunas actividades que realizaron fueron: subir a una silla de ruedas, lanzar pelotas perdiendo el equilibrio, agarrar objetos sin las manos etc.

La actividad de sensibilización que duró alrededor de 2 horas resaltó los valores de identidad, equidad, compromiso, respeto y trabajo en equipo.

Servicios Generales

El departamento de Servicios Generales es un área muy importante dentro de la Dirección General de Educación Física. Comprende 3 unidades: transporte, mantenimiento y montaje de eventos.

Coordinada por el licenciado Juan Carlos López Vargas, el departamento de Servicios Generales cuenta con diferentes funciones de las cuales se incluye el control de la telefonía, empaques de internet, agua y luz entre otros.

La unidad de transporte cuenta con las funciones de control, solicitud y mantenimiento de vehículos. La unidad de montaje de eventos tiene la función de brindar al apoyo multimedia, sonido y proyección de publicidad en eventos que realiza la institución y la unidad de mantenimiento se encarga de mantener el orden y limpieza dentro de las instalaciones.



Ana Isabel López Morales

Con una historia de 22 años laborando dentro de la Digef, pasando por varios áreas de trabajo y ejerciendo diferentes funciones, Ana Isabel López Morales más conocida como Doña Ita, ha sabido cumplir con el mayor esmero y dedicación las funciones que se le asignan.

Trabajar en la Dirección General de Educación Física, le ha dado la posibilidad junto a su esposo, de sacar adelante a sus tres hijos y la gloria de verlos graduados. Sus días se llenan de páginas de felicidad al recordar la oportunidad que tuvo aquel 16 de mayo de 1994 cuando fue contratada dentro de la institución.

Definida es la cara que es la bienvenida a las personas que ingresan a la institución y un ejemplo de servicio al trabajo. La Dirección General de Educación Física felicita y reconoce su labor que ha venido ejerciendo en beneficio de la institución.



Realizan pruebas de Kids Athletics

El departamento de deportes deportivos escolares realizó el martes 27 pruebas de mini atletismo para la elaboración de material audiovisual. El objetivo es pedagógico y el material servirá para divulgarlo a coaches, nadadores técnicos, maestros y estudiantes para que conozcan las diferentes pruebas y sus fundamentos en este deporte.

Escuelas de Iniciación Deportiva continúan trabajando

Las escuelas de iniciación deportiva de baloncesto, fútbol, gimnasia y natación que funcionan dentro de las instalaciones de la institución, continúan su trabajo de motivación. Alrededor de 100 estudiantes de diferentes centros educativos asisten diariamente realizando entrenamientos básicos en cada deporte.

Maestros de Física participaron en Carrera

El domingo 25 se realizó la carrera del Día del Maestro en el parque Erick Baranda. Participaron maestros de Educación Física del departamento de Guatemala, quienes recorrieron 5 y 10 kilómetros al campo traviesa.

Celebran a los papás en su día

El lunes 19, cerca de 50 papás que laboran en la sede de la Dirección General de Educación Física celebraron su día, durante una actividad que incluyó charlas, premios y finalizó con una relajación.

P.D.H capacitó a maestros de física

50 maestros de Educación Física del departamento de Guatemala participaron el jueves 8 en una capacitación impartida por representantes de la Procuraduría de los Derechos Humanos. Desarrollaron temas como: vivir con dignidad, el derecho a una escuela libre de violencia y derecho a ser diferente. Además, se entregaron fascículos educativos y de matemática constitucional.



Contenido pagina 2 y 3. Boletín 1era. Edición. Junio 2017

Cumpleaños de Julio

- 1 Ricardo Javier Espinoza Cano
- 3 Julio Baldemar Jiménez Back
- 8 Ana Isabel López Morales
- 11 Ada Alcira Gómez Castellanos
- 12 Henry Waldemar Archila Manzón
- 14 Evelyn Ceseste Ramírez Hernández
- 15 Eberto López Contreras
- 19 Karen Andrea Avendaño Madrid
- 24 Carlos Leonel Gatica Chajón
- 26 Ana Mercedes Sánchez Corea
- 27 Jorge Aarón Quevedo López
- 28 Vilma Yolanda Chuy Tuyuc

PREGÚNTATE SI LO QUE ESTÁS HACIENDO HOY TE ACERCA AL LUGAR EN EL QUE QUIERES ESTAR MAÑANA
Walt Disney

BENEFICIOS DE TROTAR

- 1 AUMENTA LA RESISTENCIA
- 2 REFORZAN LA CAPACIDAD CARDIORESPIRATORIA
- 3 AUMENTAN EL METABOLISMO
- 4 MEJORA LA CIRCULACIÓN Y EL DIFUSIÓN DE OXÍGENO
- 5 PROMUEVE LA BURNING GRASAS

INFODIGEF



Guatemala julio de 2017

Edición No.2



Hora de Moverse

Por séptimo año consecutivo Digef y Coca Cola, se aliarán para realizar el lanzamiento del programa "Hora de Moverse", que promueve 60 minutos diarios de actividad física.

"Hora de Moverse" es un programa que incluye una capacitación a maestros en aula y educación física y la entrega de 100 kits que incluyen material didáctico deportivo.

Al lanzamiento del programa asistieron 125 docentes de educación física quienes recibieron un certificado de capacitación y un manual que incluye la estrategia para promover 60 minutos de actividad física en sus estudiantes.

El evento estuvo presidido por el director de la institución, licenciado Gonzalo Romero.



Digefgt

Portada y contraportada. Boletín 2da. Edición. Julio 2017.

Coordinación Financiera



La Coordinación Financiera es la responsable de la ejecución presupuestaria de la Dirección General de Educación Física. Está integrada por las unidades de tesorería, presupuesto y contabilidad y es coordinada por el licenciado Saúl Lima.

Dentro de sus principales funciones están:
Tesorería: Realizar pagos a proveedores, gastos de viáticos y servicios básicos. Administrar el fondo rotativo interno de la institución y realizar liquidaciones dentro del sistema SIGOIN.

Presupuesto: Encargada de la verificación presupuestaria, asignación de códigos en solicitudes de gas o de requerimiento, revisión, elaboración y solicitud de los diferentes CUR de gastos dentro del sistema SIGES.

Contabilidad: Llevar los registros contables de la institución, atención de auditoría interna y sonatoria general de cuentas.



Eliot Omar Jiménez Quiñonez

Su carisma, paciencia y sabiduría su extraordinaria vocación docente han convertido a Eliot Jiménez en un referente de la Digef. Eliot es licenciado en deportes y maestro de Educación Primaria con diecisiete años de servicio, comprometido sus conocimientos a las distintas generaciones.



Además de ser instructor de natación en el programa de Escuelas de Iniciación Deportiva, Eliot actualmente cumple la función de enlace deportivo dentro de ese departamento, llevando capacitaciones de baloncesto a centros educativos a nivel nacional. Además, es un apoyo para diferentes actividades y programas que realizan otros departamentos.

Eliot ha estado más un tercio de su vida al servicio de la Dirección General de Educación Física. Son miles de personas que gracias a la labor docente de Eliot han aprendido a jugar baloncesto.



Dan mantenimiento a la carpa

El área de comedor más conocido como carpa está siendo remodelado desde la segunda quincena del mes. Una lona térmica nueva que resista las inclemencias del tiempo como a lluvia y el sol y la aplicación de pintura en toda la estructura, son parte del mantenimiento que se aplica a dicha área.



Realizan reunión con directores de bandas

El jueves 20, se realizó una reunión con representantes de diferentes bandas escolares que formarán parte del desfile cívico escolar. Se trataron temas importantes para el buen desarrollo del desfile. Esta fue la 3ra. de 6 reuniones planificadas previo al desfile del 15 de septiembre.



Recreación llega a Chimaltenango

El departamento de Recreación continúa llevando actividades recreativas a escolares en diferentes puntos del país. El viernes 21, fueron los alumnos de la Escuela de El Tejar Chimaltenango quienes disfrutaron de diferentes actividades como saltos, carreras, saltos con cuerdas y otras actividades.



Refuerzan seguridad

La seguridad dentro de las instalaciones tuvo cambios dentro del presente mes. Agencias de la empresa de Seguridad Privada V.I.P. S.A., serán las encargadas de resguardar a hora el perímetro de la institución. Además, se instalaron 2 módulos para la detección de metales. La seguridad privada también vigila las instalaciones de la ENCEF y del INJAV.



Director participó en panel de UNESCO

El director general de la institución, licenciado Gonzalo Romero, participó el martes 25 en una Mesa Técnica con el tema "Transformaciones Sociales con Equidad", durante el desarrollo de la Primera Asamblea Nacional MOST promovida por la UNESCO. El director habló sobre temas de cultura física, equidad de género en el deporte y la importancia de los valores.



Contenido pagina 2 y 3. Boletín 2da. Edición. Julio 2017

Ficha de Registro de Horas de Práctica



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): Misael Patricio Sanic
No. Carné y DPI: 200317733 / 1792321690101
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	6	6	x	12 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	6	x	34 hrs.
4	Del: 19 / Al: 23	Junio	7	7	7	7	6	x	34 hrs.
5	Del: 26 / Al: 29	Junio	8	8	8	8	x	x	32 hrs.
6	Del: 03 / Al: 07	Julio	7	7	7	7	6	x	34 hrs.
7	Del: 10 / Al: 14	Julio	7	7	7	7	6	x	34 hrs.
8	Del: 17 / Al: 21	Julio	7	7	7	7	6	x	34 hrs.
9	Del: 24 / Al: 28	Julio	8	8	8	8	8	x	40 hrs.
10	Del: 31 / Al: 04	Julio/Agosto	6	x	x	x	x	x	6 hrs.
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									300 hrs.

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

Licenciado Josué Morales Monroy
 Coordinador de Promoción y Divulgación



(f)

Licenciado Fernando Flores
 Supervisor EPSL

