

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA



**“Estrategias para Fortalecer la Comunicación Interna en las Oficinas Centrales del
Instituto de Recreación de los Trabajadores de la Empresa
Privada de Guatemala –IRTRA-”**

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

Otto Fernando Meléndez Suruy

Previo a optar el título de:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, octubre 2018

Consejo Directivo

Director

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya

Representantes Docentes

Lic. Mario Campos

Lic. Gustavo Morán

Representantes Estudiantiles

Pub. Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Pub. Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante de Egresados

M.A. Michael González Bártres

Secretaria Administrativa

M.Sc. Claudia Molina

Coordinador EPS Licenciatura

Lic. Luis Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

Licda. Sandra Nohemi Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios



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



Guatemala, 05 de Febrero 2018

EPS-LIC—2018 081

Ingeniero Carlos Ramiro García
Gerente Administrativo y Recursos Humanos
Instituto de Recreación de los Trabajadores de la Empresa Privada de Guatemala
Presente.

Estimado Gerente Administrativo y Recursos Humanos:

Por medio de la presente agradecemos su colaboración por brindar el espacio para que el (la) epepista de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, estudiante **Otto Fernando Meléndez Suruy** con número de registro académico 200821928 realice su ejercicio profesional supervisado en su prestigiosa institución para tal efecto solicitamos lo siguiente:

- Extenderle una carta de aceptación al estudiante epepista en papel membretado y sellado por la empresa o institución.
- Facilitarle los materiales de consulta y de trabajo para hacer su práctica.
- Aceptar que dentro del Plan de Comunicación 2018 de su institución, el(a) estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico, elaborar un plan y ejecutar el mismo para que ayude al Proceso de Comunicación Interno o Externo de la misma.
- Autorizar que el estudiante epepista incluya toda la información que se derive del presente Ejercicio Profesional Supervisado que será publicado en las instancias que corresponde (Bibliotecas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Biblioteca de la Escuela de Ciencias de la Comunicación "Flavio Herrera" así como copia interna en la Coordinación del EPS de Licenciatura y Colegio de Humanidades).
- Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional Supervisado por parte de los docentes supervisores quienes estarán debidamente identificados -EPS-.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Lic. Luis Pedroza

Coordinador de EPS-Licenciatura

Cel. 42179224 / 55026860



Copia: archivo/empresa o institución/estudiante epepista



"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



INSTITUTO DE RECREACIÓN DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA PRIVADA DE GUATEMALA

Guatemala, 14 de agosto de 2018

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: **Otto Fernando Meléndez Suruy** con número de **carne: 200821008 y CUI: 1660 23086 0101**, estudiante epesista 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 las "Oficinas Centrales de IRTRA" cumpliendo con 324 horas efectivas de práctica comprendidas del **21 de mayo al 13 de julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto comunicacional: "**Estrategias para Fortalecer la Comunicación Interna en las Oficinas Centrales del Instituto de Recreación de los Trabajadores de la Empresa Privada de Guatemala**" entregando el material respectivo, debidamente recibido por nuestra **institución**.

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

Atentamente,


Ing. Ramiro García Chiu
Gerente Administrativo y de RRHH





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



Guatemala, 10 de octubre de 2018

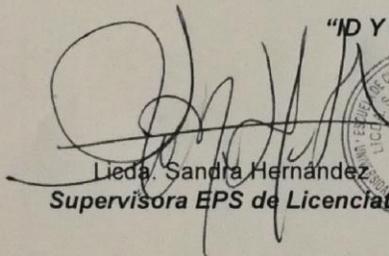
Estudiante
Otto Fernando Meléndez Suruy
Carné: 200821008
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

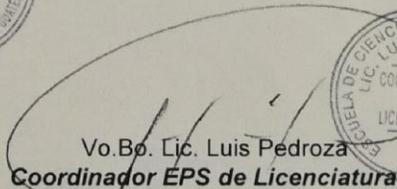
Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final de su Proyecto de EPS de Licenciatura con título: "ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LAS OFICINAS CENTRALES DEL INSTITUTO DE RECREACIÓN DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA PRIVADA DE GUATEMALA -IRTRA-". El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual se emite **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

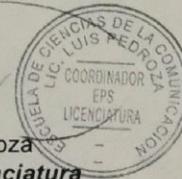
Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y distribución digital del Informe Final de EPS de Licenciatura en 5 CD's con el documento en PDF los cuales deberá entregar en las instancias correspondientes para su archivo y publicación.

"**ID Y ENSEÑAD A TODOS**"


Licda. Sandra Hernández
Supervisora EPS de Licenciatura




Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza
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 parte fundamental en mi vida, brindándome sabiduría, perseverancia y fortaleza para cumplir esta meta en mi área profesional, gracias por iluminar mis conocimientos y acompañarme desde el inicio de este ciclo hasta su cierre, todo es perfecto en el tiempo de Dios.

A mis padres:

Lucrecia Suruy Conde, por tanto amor y apoyo incondicional, por confiar y creer siempre en mí, agradezco tus desvelos, preocupaciones, regaños, amor y oraciones que me acompañaron cada día y por ser un ejemplo de superación, por aceptar mis decisiones y compartir mis alegrías y tristezas, siempre te llevo en mi corazón. Otto René Meléndez, por brindarme amor y la vida.

A mis abuelos:

Marta Luz Conde y +José Domingo Suruy, por ser ejemplo de persistencia y de superación ante la vida, por enseñarme los valores que contiene una familia y por todo su apoyo incondicional, abuela Marta gracias por contagiarme su fortaleza y abuelo Mingo le envío un abrazo hasta el cielo.

Este proyecto es dedicado a mi abuelo Mingo.

A mis hermanos:

Jefferson Meléndez y Eliza Pérez Suruy, por el amor que nos mantiene siempre unidos.

A mi esposa:

Iris Jimenez Barrera, por ser una bendición en mi vida y brindarme mucho amor, por estar siempre a mi lado en cada momento de éxito y de sufrimiento, por animarme cada vez que pensaba que no llegaría este día, por creer en mí y ser mi complemento perfecto, juntos somos el mejor equipo.

A mis tíos, primos, sobrinos:

Tía Karla, tía Paty y tío José, gracias por ser ejemplo y por tomar el papel de padres cuando lo necesito, gracias por su ayuda económica, emocional y de consejo. Queridas Primas Paola, Sofía, Greysi y primos Jeck y Jairí recuerden que todo se puede lograr siempre con honestidad, persistencia y haciendo un trabajo efectivo. Sobrino Santiago, quién ha llenado mi vida de mucha felicidad.

A IRTRA:

Institución que me ha apoyado a desarrollarme en mi entorno laboral y profesional, gracias por la confianza puesta en su servidor, en especial a Don Ricardo Castillo a quién se le admira por su dedicación y visión, al Ing. Ramiro García por su ejemplo de líder, a la Licda. Arely Noriega por todo su apoyo y asesoría en esta práctica profesional, a la Licda. Yanira Barrera, Lic. Juan Carlos Góngora, Milagro Barneond Eddy Sian por todos sus conocimientos y aportes profesionales en esta práctica y ejecución de la estrategia comunicacional.

A mí supervisora:

Licda. Sandra Hernández, por su excelente asesoría quién me guío en este proceso, compartiendo sus conocimientos con dedicación y paciencia.

A mis amigos:

Que han sido parte importante en el transcurso de mi vida, especialmente a: Julio Rodas, Juan Rodas, Evelin Vásquez, Liliana Urías, Josué Marroquín, Paolo Pérez, Linda García, Karol Juárez, Francesc Cervos, Patricia Flores, Lester Ambelis, Alejandra Grajeda, Lilian Paola López, Leslie Trinidad, Lesly Montenegro, Berta Marín, Jeannethe Aquino, Claris Palencia, Ninoshka Arévalo, María Fernanda Yol, María Fernanda Palacios, Eva Miranda, Pamela Morales, Lucy Salguero, José Secaida, David Tojin, Andrea Martínez e Isidro Sosa.

Catarino Pérez:

Por ser un amigo de mucha confianza que me transmite sus conocimientos y disciplina.

ÍNDICE

Resumen	I
INTRODUCCIÓN.....	II
JUSTIFICACIÓN.....	III
Capítulo 1. Diagnóstico Comunicacional	1
1.1. Objetivos del diagnóstico.....	1
1.1.1 Objetivo general	1
1.1.2 Objetivos específicos del diagnóstico	1
1.2 Institución	1
1.2.1. Ubicación geográfica	1
1.2.2. Integración y alianzas estratégicas	2
1.2.3. Antecedentes e historia	3
1.2.4. Departamentos o Dependencias	6
1.2.5. Misión.....	8
1.2.6. Visión	9
1.2.7. Objetivo Institucional	10
1.2.8. Público Objetivo	11
1.2.9 Organigrama	12
1.3 Metodología:	13
1.3.1 Descripción del Método:	13
1.3.2 Técnicas e Instrumentos de Recolección	13
1.3.3 Cronograma del Diagnóstico:	16
1.4 Recopilación de Datos:	17
1.4.1 Ficha de la Entrevista	17
1.4.2 Resultado de la entrevista	18
1.4.3 Tabla comparativa, puntos de encuentro y disensos entre entrevistados	18
1.4.4 Focus Group.....	19
1.4.5 Gráfica e interpretaciones del resultado de las encuestas	23
1.5 Radiografía de la institución	28
Capítulo II.....	30

2. Plan de Comunicación	30
2.1 Antecedentes comunicacionales	30
2.2 Objetivos de Comunicación.....	31
2.2.1 Objetivo general	31
2.2.2 Objetivos específicos.....	31
2.3 Público objetivo	31
2.4 Mensaje	32
2.5 Estrategias y acciones de comunicación	32
Capítulo III.....	36
3. Informe de ejecución	36
3.1 Proyecto desarrollado	36
3.1.1 Financiamiento	36
3.1.2 Presupuesto:	36
3.1.3 Beneficiarios.....	37
3.1.4 Recursos Humanos	37
3.1.5 Áreas Geográficas de Acción	37
3.2 Estrategias y acciones desarrolladas.....	38
3.3 Cronograma de Actividades	47
3.4 Control y seguimiento.....	48
Conclusiones.....	49
Recomendaciones.....	50
Glosario de términos	51
Referencias Bibliográficas.....	54
EGRAFIA	55
Anexos.....	56
Transcripción de Entrevistas.....	58
Modelo de Encuesta	60
Vaciado de encuesta.....	62
Espacio de Opinión: Tema Intranet	64

Autorización de Práctica.....	65
Registro de horas de Práctica	66

Resumen

Nombre de la institución:

Instituto de Recreación de los Trabajadores de la Empresa Privada de Guatemala.

Nombre del proyecto: Estrategias para Fortalecer la Comunicación Interna de las Oficinas Centrales del Instituto de Recreación de los Trabajadores de la Empresa Privada de Guatemala –IRTRA-

Objetivo general del proyecto:

Mejorar la comunicación interna de las Oficinas Centrales del Instituto de Recreación de los Trabajadores de la Empresa Privada de Guatemala–IRTRA

Objetivos específicos:

- ✓ Actualizar la intranet para socializar la información interna de la institución.
- ✓ Diseñar afiches e infografía para socializar la Intranet.
- ✓ Implementar la herramienta de correo electrónico a los departamentos sin esta opción.

Este trabajo ayuda a identificar como la comunicación puede potencializar las áreas de trabajo, contando con herramientas como el correo electrónico y la intranet, herramientas digitales que ayudan a informar sobre acontecimientos y sucesos actuales; por ejemplo, la intranet puede publicar información de manera breve y atractiva impactando en la mente de los usuarios de una forma rápida y efectiva; el correo electrónico es identificado dentro de IRTRA como el canal eficaz de comunicación para enviar y recibir mensajes.

La intranet como canal oficial de información, consiste en socializar la información interna y externa de la institución, de esta manera cualquier colaborador de IRTRA, con antigüedad o de nuevo ingreso, puede tener acceso a esta plataforma y mantenerse enfocado bajo el mismo objetivo.

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo se detallan las estrategias de comunicación internas realizadas en las Oficinas Centrales del IRTRA. La comunicación e información entre los colaboradores de la institución, son de suma importancia para mejorar el clima organizacional, de manera que todos sean beneficiados y se conserven bajo la misma cultura institucional.

Este trabajo demuestra como la comunicación organizacional en una institución y/o empresa puede permitir la generación de compromiso e identidad entre los colaboradores y la institución, integrando equipos de trabajos efectivos, definiendo roles y satisfaciendo las necesidades de cada uno de los involucrados en el proceso comunicacional.

La comunicación Interna ayuda a salvaguardar las buenas relaciones con y entre sus integrantes, a través del uso de diferentes canales de comunicación que los conserve informados, integrados y motivados, para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales. Se presenta en este proyecto la estrategia para mejorar la comunicación en dicha institución.

Es importante que el talento humano encuentre relación con las tareas y el papel que cumplen dentro de la organización, esto solo es posible si cada uno de ellos está informado, si conocen la estructura interna comunicacional de la organización, la misión, visión, filosofía, cultura, necesidades, objetivos y si se sienten identificados con ellas, para así contribuir con su esfuerzo personal en el logro de esos objetivos. Por último, la comunicación interna es una de las herramientas clave para reducir el rumor y la incertidumbre a nivel interno de la organización.

JUSTIFICACIÓN

El Instituto de Recreación de los Trabajadores de la Empresa Privada de Guatemala (IRTRA) tiene más de 50 años de existir en la **historia** del país. Es una institución de recreación muy popular entre los guatemaltecos con diferentes sedes alrededor de la república, lo cual lo hace único en su género. A través del diagnóstico realizado se detectó que los colaboradores localizados en las oficinas centrales de la institución no conocen oficialmente un medio efectivo de comunicación lo cual les ha venido causando problemas comunicacionales.

Este proyecto comunicacional ayuda a entender los factores que intervienen en una deficiente comunicación organizacional, los errores, causas y efectos de procesos desactualizados que dificultan y atrasan los resultados finales, mismos que son justificados a través de herramientas de investigación, entre ellas: (observación, encuestas, entrevistas y focus group); las encuestas seguidamente se visualizarán con gráficas representativas.

El propósito de este estudio surge realizando una práctica supervisada para analizar cómo se da la comunicación en esta institución que sirva de base para diseñar y proporcionar un plan de comunicación organizacional interna, que fortalece las relaciones de trabajo y a la vez, contribuye a conseguir el costo y eficiencia adecuada para beneficiar de mejor forma a más usuarios que necesitan informarse sobre los beneficios de esta institución.

Las estrategias comunicacionales fueron realizadas con el objetivo de optimizar la información interna de las Oficinas Centrales de IRTRA y que sea de fácil acceso para los colaboradores de esta institución.

Capítulo 1. Diagnóstico Comunicacional

Diagnóstico de comunicación interna de las Oficinas Centrales del Instituto de Recreación de los Trabajadores de la Empresa Privada de Guatemala.

1.1. Objetivos del diagnóstico

1.1.1 Objetivo general

Presentar un diagnóstico de comunicación interna de las Oficinas Centrales del Instituto de Recreación de los Trabajadores de la Empresa Privada de Guatemala.

1.1.2 Objetivos específicos del diagnóstico

- ✓ Analizar el flujo de comunicación interna de la Institución.
- ✓ Determinar qué tipo de información se socializa dentro de la Institución
- ✓ Evaluar cuáles son las herramientas comunicacionales internas que se utilizan en las Oficinas Centrales del Instituto de Recreación de los Trabajadores de la Empresa Privada de Guatemala.
- ✓ Presentar un plan de comunicación que sea acorde a las necesidades identificadas en el diagnóstico realizado en las Oficinas Centrales del Instituto de Recreación de los Trabajadores de la Empresa Privada de Guatemala.

1.2 Institución

Oficinas Centrales del Instituto de Recreación de los Trabajadores de la Empresa Privada de Guatemala.

1.2.1. Ubicación geográfica

Las oficinas centrales, están localizadas en la 7^a. Av. 7-24 zona 9, Guatemala, ciudad.

1.2.2. Integración y alianzas estratégicas

El IRTRA ofrece su producto turístico social a los trabajadores de las empresas privadas inscritas en el Régimen de Seguridad Social¹ afectas al pago del impuesto de Recreación, brindando recreación a los afiliados y a sus familias. El Instituto Guatemalteco de Seguridad Social es el ente recaudador del impuesto de recreación según se constató en la ley de creación Irtra (Decreto Ley 1528 del Congreso de la República).

Patrono/Empresario: El Instituto de Recreación de los Trabajadores de la Empresa Privada de Guatemala -IRTRA- es una Institución Autónoma, organizada, operada y sostenida totalmente por los empresarios privados de Guatemala, cuyos más destacados representantes, como la Cámara de Industria de Guatemala, la Cámara de Comercio de Guatemala y Asociación General de Agricultores, promovieron ante el Congreso de la República la promulgación de una ley que permitiera a los empresarios privados brindar recreación a sus trabajadores y familiares en instalaciones adecuadas.

Los patronos de las empresas privadas de Guatemala, tributan de forma voluntaria, el 1% mensual sobre sueldos y salarios ordinarios y extraordinarios reportados en las planillas IGSS para todos sus trabajadores y familias, como parte de la responsabilidad social que tiene el sector empresarial.

IAPPA: International Association of Amusement Parks and Attractions.

El Instituto de Recreación de los trabajadores de la Empresa Privada de Guatemala forma parte de la asociación internacional de parques de diversiones, con la finalidad de estar a la vanguardia en tecnología, seguridad, ingeniería y administración de cada uno de sus parques de diversiones. Don Ricardo Castillo Sinibaldi, fue miembro de la junta directiva de dicha institución, fungiendo como presidente durante el año 2008. A la fecha el Irtra ha sido sede de varios encuentros internacionales, participando parques a nivel de Disney World y otros parques importantes alrededor del mundo.

¹ IGSS Instituto Guatemalteco de Seguridad Social

Litegua:

Empresa de Guatemala que brinda transporte privado hacia los parques Xetulul y Xocomil en el departamento de Retalhuleu en el kilómetro 180.5 carretera hacia Quetzaltenango. Se cuenta con dos áreas de recepción, una ubicada dentro de las instalaciones del Parque Xetulul y la segunda dentro de las Oficinas Centrales de IRTRA.

Tour operadores: El IRTRA mantiene una estrecha relación con los principales mayoristas y tour operadores de Centroamérica y del Sur de México, ya que ellos promueven al IRTRA como un destino turístico más, en el cual se manejan varios paquetes que incluyen los traslados de Hostales a Parques, el ingreso a los Parques, el hospedaje y desayunos.

1.2.3. Antecedentes e historia

El IRTRA ha presentado una evolución constante desde sus inicios, desde el año 1962 a la fecha, esta cinco décadas han sido invariablemente marcadas por la planificación, ejecución y trabajo constante preocupación de las sucesiva juntas directivas para llevar solaz, sana diversión, entretenimiento y felicidad a los trabajadores de la empresa privada y sus familias.

Historia del IRTRA

El IRTRA fue creado por el decreto 1528 del Congreso de la República de Guatemala en 1962. Tiene como objetivo brindar un servicio de excelencia a la comunidad, especialmente a los trabajadores de la empresa privada y sus familias, así como contribuir al turismo interno y extranjero.²

Hasta finales de los años 1950, en Guatemala no se contaba con lugares especializados y adecuados para la recreación organizada de los trabajadores y sus familias. En 1960 surgió la idea entre algunos empresarios de Guatemala, de crear una institución para llenar ese vacío en la recreación, dedicada especialmente a los

² Fuente página web www.irtra.org.gt

colaboradores de la empresa privada y brindarles la oportunidad de utilizar de forma positiva su tiempo de descanso laboral para compartirlo con su familia.

Fue así como los empresarios presentaron al gobierno central, de forma voluntaria, la propuesta para formar un comité que estudiara, presentara y promoviera una ley que le diera vida a una institución que brindara al trabajador recreación sana en lugares idóneos. Se integró el primer comité de trabajo el 27 de junio de 1960 que tuvo representación de prominentes empresarios y fue denominado “Comité de Recreación para los Trabajadores”.

El segundo comité formado en agosto de 1960, ya tenía personería jurídica, de la misma manera integrada por otro grupo de empresarios y fue llamado “Comité Pro Recreación de los Trabajadores”. El tercer comité que contaba con un grupo distinto de empresarios tomó posesión en mayo de 1961 y se denominó “Comité Pro Creación y Financiamiento de Centros de Recreación de los Trabajadores de la Industria y el Comercio”.

El 1 de julio de 1962, entró en vigencia el Decreto No. 1528³ del Congreso de la República que contiene la Ley de Creación del Instituto de Recreación de los Trabajadores de Guatemala, desde ese entonces el IRTRA se ha desempeñado como una entidad autónoma de derecho público, con personería jurídica cuyo régimen económico se sustenta exclusivamente con los aportes realizados por los patronos de la empresa privada. En el inicio el aporte de los patronos representaba el valor de un día de salario ordinario por cada trabajador, lo que equivalía al tres por millar.

Posteriormente, de nuevo los empresarios de forma voluntaria, presentaron la propuesta de modificar el Decreto 1528, para ampliar sus aportes al 1% mensual sobre sueldos y salarios ordinarios y extraordinarios pagados a sus trabajadores. También cambió su nombre a Instituto de Recreación de los Trabajadores de la Empresa Privada de Guatemala. Las reformas a la ley anterior se encuentran contenidas en el Decreto 43-92 del Organismo Legislativo.⁴

³ Ley de Creación IRTRA

⁴ Libro Conmemorando un sueño

Decreto Ley 1,528 La base legal de IRTRA, entró en vigencia a partir del 1 de julio 1962, conforme a la “Ley de creación del Instituto de Recreación de los Trabajadores de Guatemala”, el IRTRA es una institución de utilidad colectiva, beneficio e interés público. Fue creado como una entidad autónoma de derecho público y con personería jurídica. Sus recursos Financieros son de carácter privativo y son destinados únicamente para la creación, fomento y desarrollo de centros de recreación para los trabajadores de empresas y patronos particulares. Es importante señalar que ningún trabajador está obligado a afiliarse ni a concurrir contra su voluntad a los centros de recreación. Los afiliados obtendrán un carné que les acredita para obtener los beneficios que el IRTRA conceda.

Estatutos y reglamentos

Después de haber sido aprobado el Decreto No. 1528, o Ley de Creación IRTRA se procedió a la elaboración de los Estatutos y Reglamento de la Junta Directiva. Los cuales fueron aprobados por el Ministerio de Trabajo y Previsión Social hasta en junio 1963.

Administración empresarial

Los recursos financieros y humanos, los proyectos y los Centros Recreativos que ha creado, desarrollado y que opera el IRTRA, cerca de la capital, en el perímetro urbano y en Retalhuleu, son manejados conforme la filosofía de la administración empresarial, cual es “cuidar y usarlos recursos en forma apropiada, con administración proba y responsabilidad”, Esto ha sido así desde el inicio de labores.

Es importante señalar que las obras de infraestructura recreativa que ha construido y manejado el IRTRA, se han hecho todas con fondos propios o reservas y no se recurre a préstamo o financiamientos.

Los recursos provienen de las empresas afiliadas y se manejan como si fueran propios. En los años en que los indicadores económicos alertaban sobre una tendencia negativa a nivel nacional, la Junta Directiva refuerza la política de austeridad y vigilancia de gastos, sin que por ello se afecten la calidad del servicio que se brinda a los visitantes.

El IRTRA se ha caracterizado por administrar los recursos financieros en forma cuidadosa, productiva y eficiente. Tales fondos se utilizan para cubrir los gastos de funcionamiento, mantenimiento y operación, así como para las nuevas obras de infraestructura e inversiones en equipo y maquinaria que proyecta realizar. Para la construcción de cualquier nueva obra, en todo momento prevalece siempre el principio y calificar todo proyecto para que tenga éxito.

Todas las áreas se manejan con esmero y calidad, los proyectos se mejoran cada vez más para prestar servicios de calidad dirigidos a la excelencia.

Asistencia a parques: Gracias a la preferencia de los trabajadores del sector privado de Guatemala a lo largo de 56 años de vida de IRTRA este instituto ha sido visitado por 77, 151,074 millones de visitantes.

1.2.4. Departamentos o Dependencias

Junta Directiva

Es la autoridad máxima de la Institución y, en consecuencia le corresponde la dirección general de sus actividades y la aprobación y/o denegación de inversiones.

Presidencia

El Presidente de Junta Directiva posee la Representación Legal del IRTRA. Abre todas las sesiones, pone a consideración la agenda, manda que se lea el acta de la sesión anterior, para aprobarla y pondrá a debate los asuntos a tratar. Dirige las sesiones y otorga la palabra a quien lo solicite. Firma conjuntamente con el Secretario de Junta Directiva las actas resultantes de cada sesión.

Gerencia General

El Gerente General es el encargado de la administración general de la institución, y con la asistencia de otros gerentes de área definen y formulan la política de la Institución cuyas actividades planifican, dirigen y coordinan siguiendo en general, la orientación impartida por la Junta Directiva, ante quien es responsable de los resultados obtenidos y de las actividades realizadas.

Asesoría Jurídica

Atender los asuntos de tipo legal que van desde lo laboral (conflictos individuales de trabajo) atención de reclamos, denuncias, acciones en contra de la institución, y promover las acciones en nombre de la institución y en contra de las personas que para cada caso particular se den. Elaboración de los contratos resultantes de los procesos de cotización y licitación.

Auditoría Interna

Trabajo que consiste en planificar, organizar, dirigir y supervisar las actividades de auditoría y fiscalización de las operaciones contables, ejecución de las auditorías financieras, presupuestarias, de operación, de fin de semana y especiales, en los parque Recreativos, Hostales y departamentos del IRTRA, realizados por los Auditores Internos y Asistentes de Auditoría, conforme a la programación realizada en el Plan anual de Auditoría, velando por el cumplimiento de requisitos fiscales, disposiciones legales, reglamentos internos y políticas establecidas.

Relaciones Públicas

Establecer las acciones necesarias para la divulgación de la institución, el desarrollo de proyectos de la institución, dirigido a los empresarios, cámaras, gremiales, turismo nacional e internacional. Se encarga de las convocatorias y comunicados oficiales de la institución a los medios de comunicación. Se responsabiliza por incrementar la cobertura noticiosa de los eventos de los mismos.

Obra Civil

Planifica, dirige y coordina las actividades del departamento de construcción, bajo la conducción del Gerente General y Presidente de Junta Directiva, vela por el cumplimiento general de las obras en proceso y por la administración y control de todo el personal de construcción, tanto trabajadores fijos como temporales.

Gerencia Financiera

El Gerente Financiero, planifica, dirige y coordina las operaciones financieras internas de la Institución. Evalúa la situación financiera del Instituto.

Controlar y asegurar la utilización racional de los recursos financieros de la misma. Elaborar el anteproyecto de Presupuestos de Ingresos y Egresos. Autorización de estados financieros. Cuentadante responsable ante la Contraloría General de Cuentas. Dar cumplimiento a las disposiciones emanadas de la Presidencia, Junta Directiva y Gerencia General.

Gerencia Administrativa y de RRHH

Planifica, dirige, supervisa y coordina las operaciones administrativas internas de la Institución e información y atención al público en general; bajo la conducción general de los gerentes y/o jefes responsables y en línea con los procedimientos y cultura de servicio dictadas por la Gerencia.

Gerencia de Mercadeo

Planifica y ejecuta de acuerdo a la estrategia de mercadeo, lo que incluye planeación investigación de mercados y publicidad. Debe investigar continuamente el mercado nacional e Internacional para los productos establecidos y también para los nuevos. Esta gerencia se encuentra a cargo del área de diseños digitales e impresos para difundir las promociones y publicidad, así como el monitoreo de las redes sociales de la institución.

1.2.5. Misión

“Brindar un servicio de excelencia a la comunidad, especialmente a los trabajadores de la empresa privada y sus familias, así como contribuir con el turismo local y extranjero que así lo requiera, siendo fieles a nuestras bases de proyectar sana diversión y esparcimiento a las personas. Para ello proporcionamos recreación, diversión y hospedaje en lugares que ofrecen comodidad, seguridad, eficiencia, limpieza y “magia” en condiciones adecuadas. Brindamos al trabajador y al visitante las mejores instalaciones, a los mejores precios y nivel de servicio, para que estas actividades contribuyan con los patrocinadores del IRTRA a su sostenimiento.”⁵

⁵ Fuente Manual de Bienvenida IRTRA

1.2.6. Visión

“En IRTRA nos vemos a futuro como una entidad rectora en materia de recreación para el sector trabajador, a nivel nacional e internacional. Nuestra Visión es la de crear parques y jardines de atracciones y diversiones con la mejor tecnología disponible, la que genere las mejores instalaciones para servicio y disfrute de nuestros usuarios. Nuestro servicio hacia la comunidad se materializa en las grandes obras que realizamos y proyectamos. Visualizamos a nuestros colaboradores como los protagonistas en cada centro, en cada parque, en cada jardín. Ellos recibirán continuamente una formación esmerada para desarrollar sólidos Valores de Servicio, para el perfeccionamiento de su vida profesional y de su calidad de vida integral.

La Cultura IRTRA Es el resultado de las normas, costumbres y valores que se desarrollaron a través del tiempo y son compartidos y puestos en práctica por el personal. Son el sello que identifica a la organización. En los que destacan:

- ✓ La hospitalidad.
- ✓ La honradez e integridad en el manejo de los recursos y en las relaciones interpersonales
- ✓ El respeto y la solidaridad.
- ✓ La innovación (entendida como apertura a nuevas, creativas y diversas ideas).
- ✓ La higiene y seguridad.
- ✓ El valor superior de las normas de calidad en: Seguridad, cortesía, actuación y eficiencia en instalaciones y servicios.

Los puntos críticos para el mantenimiento de esta “**CULTURA DE LA HOSPITALIDAD**”⁶ son:

- ✓ Conocer sobre seguridad: Las personas deben estar seguras en el IRTRA, tanto en las instalaciones, como en juegos y caminamientos.

⁶ Hospitalidad es la cualidad de acoger y agasajar con amabilidad y generosidad a los invitados o a los extraños para que se sientan confortables.

- ✓ La limpieza: La higiene no solo es salud y estética, es cortesía pura.
- ✓ Sonreír: Es la llave que abre puertas de amistad y da valor humano a los visitantes.
- ✓ Conocer las respuestas: Aunque no sean de su área de responsabilidad: Todo colaborador debe ser un amable orientador y un guía para el huésped.
- ✓ Presentarse y saludar: El huésped confía más en las personas que le dicen quiénes son y se presentan amigablemente.
- ✓ Preguntar: Permite conocer opciones y preferencias de los clientes.
- ✓ Anticiparse a los deseos de los huéspedes: Estar listos para dar un servicio adicional, sin que lo pidan.

El objetivo es que el huésped quede satisfecho y haya vivido una experiencia inolvidable. La meta es brindar diversión, recreación, hospitalidad y esparcimiento de óptima calidad para los visitantes. Se genera valor agregado por medio de brindar todo aquel servicio adicional y que promueva dejar al cliente agradablemente sorprendido.

Cuentan con un programa de fidelización que consiste en mantener la lealtad del cliente a través de mantener los niveles de servicio por arriba del 95% de satisfacción. Funciona a través de variables de medición que son relevantes para el cliente y que están contenidos en la Cultura IRTRA, y la medición se hace por medio de encuestas cara a cara al visitante.

1.2.7. Objetivo Institucional

Los objetivos de la institución son organizar el descanso, la educación física y cultura de los trabajadores privados, utilizando todas las normas de recreación y aprovechamiento del tiempo libre. En lo fundamental, los objetivos son establecer y financiar centros vacacionales, jardines para trabajadores, centros sociales y deportivos y llevar a cabo cualquier otra actividad para recreación de los trabajadores privados. Para ello debe hacerse uso de una publicidad activa y eficaz, con el fin de educar a la opinión pública a favor de la buena utilización del tiempo libre para los trabajadores.

1.2.8. Público Objetivo

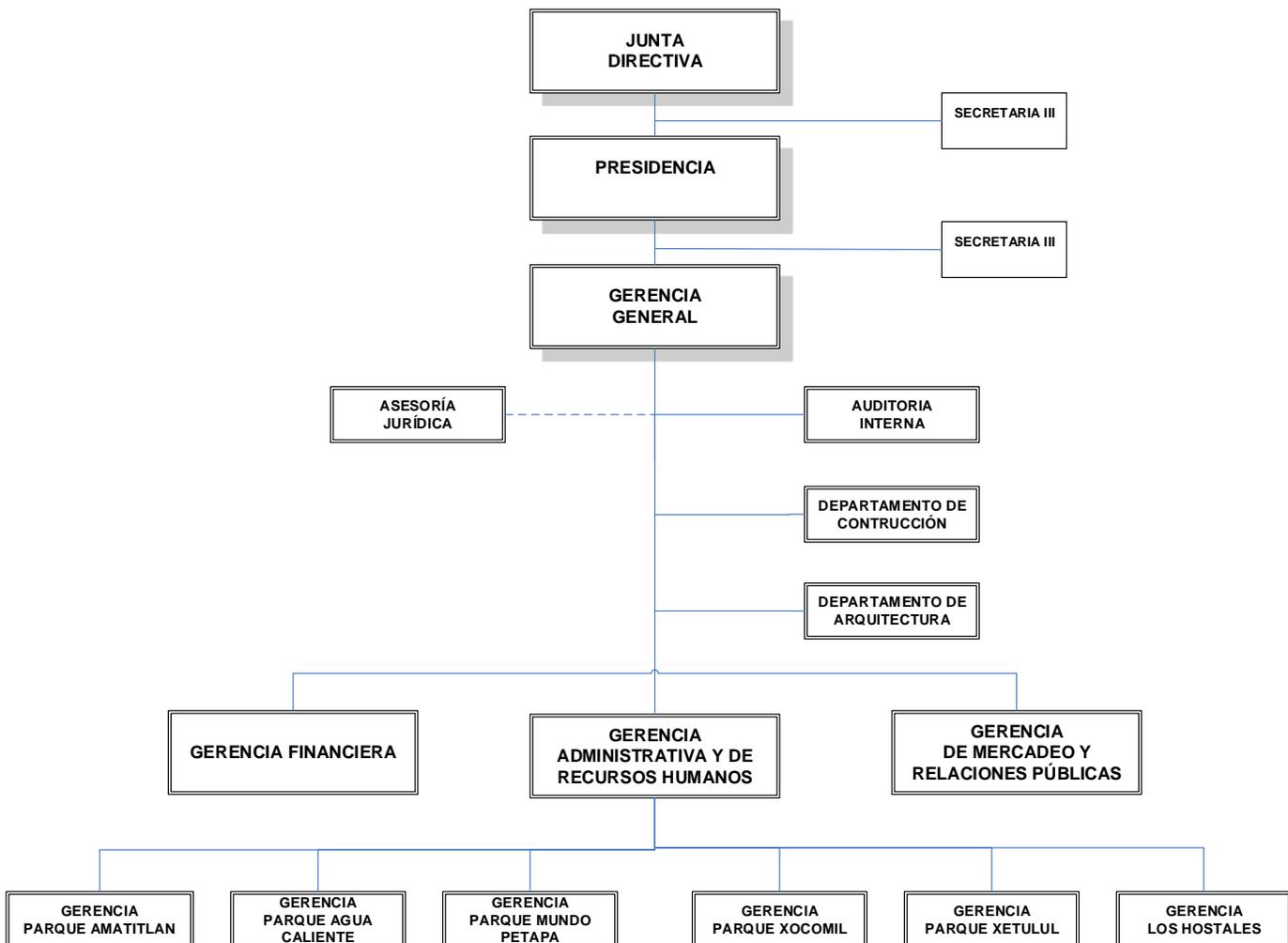
El público objetivo del diagnóstico son los colaboradores de las oficinas centrales del Instituto de Recreación de los Trabajadores de la Empresa Privada de Guatemala.

El público objetivo de la institución:

Afiliados/no afiliados Un afiliado del IRTRA tiene el derecho, con su tarjeta de identificación (Carnet), a entrar de forma gratuita a los distintos parques con un máximo de 5 miembros de la familia. Los que no son afiliados y también los turistas extranjeros pueden utilizar las instalaciones del IRTRA, pagando su precio de entrada. Adicional a darle servicio a los trabajadores de la empresa privada, también se ha extendido a segmentos como los estudiantes de escuelas y colegios, más específicamente a las poblaciones rurales por medio de una estrategia de Mercadotecnia de precios dirigidos.

1.2.9 Organigrama

ORGANIGRAMA



(Fuente: RRHH IRTRA)

1.3 Metodología:

Para realizar el presente diagnóstico y elegir el método de investigación adecuado se utilizó primordialmente la investigación exploratoria, la observación, entrevista, encuestas y focus Group.

Investigación Exploratoria: De esta forma se obtuvo la información necesaria para realizar los instrumentos de investigación como la observación y la encuesta, permitiendo recabar la información y determinar de esta manera el problema que existe en la comunicación interna de la institución como objeto de estudio.

También se realizó un cuestionario para entrevistas cualitativas y un focus group para conocer la interioridad de la institución, logrando recabar información valiosa sobre el tema comunicación interna e intranet.

1.3.1 Descripción del Método:

Inductivo: este se caracteriza según Rodríguez (2005, p. 29) “Por ser un proceso en el que a partir de un estudio de casos particulares se obtienen conclusiones que se explican o relacionan a los fenómenos estudiados”. Su objetivo es el de realizar un proyecto que unifique los aportes sobre cómo funciona la comunicación interna en las organizaciones.

1.3.2 Técnicas e Instrumentos de Recolección

Con el propósito de recopilar la mayor información posible sobre la necesidad identificada, se utilizaron los instrumentos de la observación, entrevistas, encuestas y focus group en los diferentes departamentos relacionados, entre ellos: Gerencia Administrativa, Gerencia de Mercadeo, Organización y Métodos, Recursos Humanos, Capacitación, Contabilidad, Auditoría y Sistemas.

Las encuestas fueron realizadas a los colaboradores de la institución, de esta forma se obtuvo una información confiable y segura, enriqueciendo el diagnóstico de comunicación interna.

Observación: Existen diferentes tipos en la observación, considerando que no todos los elementos se aplican a todos los estudios cualitativos. Los elementos se van transformando en unidades de análisis, ya que surgen de la misma inmersión y observación, es así como logramos seleccionar las unidades de análisis, y a esto hacemos énfasis al decir que la observación va enfocándose. (Sampieri, Metodología de la Investigación, 2014, p.399).

Entrevista: Se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados). (Sampieri, Metodología de la Investigación 2014, p. 403).

Regularmente en las investigaciones cualitativas, las primeras entrevistas son abiertas y de tipo “estándar o piloto”, y van estructurándose conforme se desarrolla el trabajo de campo. Normalmente el propio investigador conduce las entrevistas.

La entrevista, se utiliza como herramienta para recolectar datos cualitativos, estas se ejercen cuando el problema de estudio no se puede observar o es muy difícil de hacerlo por ética o alguna complicación.

Algunas características de las entrevistas:

1. El principio y el final de la entrevista no se predeterminan ni se definen con claridad, incluso las entrevistas pueden efectuarse en varias etapas.
2. El entrevistador comparte con el entrevistado el ritmo y la dirección de la entrevista.
3. El entrevistador ajusta su comunicación a las normas y lenguaje del entrevistado.
4. Las preguntas son abiertas y neutrales, ya que pretenden obtener perspectivas, experiencias y opiniones detalladas de los participantes en su propio lenguaje. (Sampieri, Metodología de la Investigación, 2014 p.403).

Encuesta: También es llamada cuestionario. Según Roberto Hernández Sampieri en el libro Metodología de la Investigación indica que el cuestionario es el instrumento más utilizado para la recolección de datos y consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir (Chasteauneuf, 2009).

Serían consideradas investigaciones no experimentales transversales o transeccionales descriptivas o correlacionales- causales, ya que a veces tienen los propósitos de unos u otros diseños y a veces de ambos. (Sampieri, Metodología de la Investigación, 2014, p.159)

En las encuestas o cuestionarios se utilizan las preguntas cerradas y abiertas, las cerradas contienen opciones de respuesta que han sido previamente delimitadas, esto quiere decir que se presentan las posibilidades de respuesta a los participantes, quienes se guían a éstas. Pueden ser dicotómicas (dos posibilidades de respuesta) o incluir varias opciones de respuesta.

También hay preguntas cerradas en las que el participante puede seleccionar más de una opción o categoría de respuesta, estas son denominadas “posible multi-respuesta”.

Las preguntas abiertas brindan información más amplia y son particularmente útiles cuando no tenemos información sobre las posibles respuestas de las personas o las que tenemos no son suficientes (Phillips, Phillips y Aarón, 2013).

Focus Group: Es una técnica de investigación de campo con aspectos cualitativos, tiene como propósito lograr una información asociada a conocimientos, actitudes, emociones, experiencias que no serían posible de obtener con los instrumentos tradicionales de investigación.

El grupo focal estudia las opiniones o actitudes de un público, se sugiere utilizar un grupo de personas entre 3 y 12 personas para que el grupo brinde opiniones objetivas, coordinadas por un moderador, investigador o analista. El moderador se encargara de hacer una serie de preguntas y medirá el tiempo de la actividad.

El trabajo del moderador es fundamental, su función es la centrar a discusión para no alejarse del tema desarrollado, creando un ambiente relajado e informal.

1.3.3 Cronograma del Diagnóstico:

Mes / Actividad	Enero		Febrero		
	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3
Curso Propedéutico EPS					
Observación, búsqueda y recopilación de datos de antecedentes					
Descripción del método y técnicas de instrumentos					
Aplicación de Instrumentos					
Trasladar Encuestas y Entrevista y Análisis de datos					
Redacción Diagnóstico					
Entrega de Diagnóstico					

1.4 Recopilación de Datos:

1.4.1 Ficha de la Entrevista

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

Por favor, dedique un momento a responder las siguientes interrogantes, la información que nos proporcione será utilizada para identificar necesidades puntuales de comunicación, estructura y así optimizar los procesos comunicacionales de las Oficinas Centrales del Instituto de Recreación de los Trabajadores de la Empresa Privada de Guatemala.

Fecha de la entrevista: _____

Nombre del entrevistado: _____

Puesto del entrevistado: _____

Tipo de Entrevista: De investigación Semi-estructurada

Objetivo de la Entrevista: Comunicacional

1. ¿Hace cuánto tiempo labora para el Instituto de Recreación de los Trabajadores de la Empresa Privada de Guatemala?

0 a 5 años 6 a 15 años 16 a 25 años 26 años en adelante

2. ¿Conoce los canales de comunicación interna que posee la Institución?

Sí No Sí su respuesta es positiva, identifíquelas:

3. ¿Qué tipo de información se socializa dentro de la Institución?

Noticias IRTRA Promociones Empleos Cafetería
Capacitaciones Constancias Laborales Áreas en mantenimiento

Otras, especifique: _____

4. ¿Considera que la implementación de una Red virtual (Intranet) mejoraría la comunicación interna de la Institución?

Sí No ¿Por qué?

5. ¿Cuál considera que es el medio más eficaz y ágil para recibir información interna de la Institución?

Boletín Cartelera Reuniones Cartas Memos
Eventos Email Intranet Trifoliar

1.4.2 Resultado de la entrevista

Para la elaboración de este diagnóstico de comunicación se utilizó la **entrevista** cualitativa semi-estructurada, según Ryen, 2013; y Grinnell y Unrau, 2011; se basa en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información. Por consiguiente se adapta al proceso de integración de recopilación de datos. Se realizó un listado de 5 preguntas entrevistando a 4 personas entre ellas: Supervisora de Reservas, Asistente Administrativa, Coordinadora de Guate compras y a Jefe de Marca de Mercadeo.

1.4.3 Tabla comparativa, puntos de encuentro y disensos entre entrevistados

Pregunta	Puntos de encuentro	Disensos
¿Hace cuánto tiempo labora para el Instituto de Recreación de los Trabajadores de la Empresa Privada de Guatemala?	Dos personas coinciden con cinco años y las otras dos coinciden de 16 años en adelante laborado.	
¿Conoce los canales de comunicación interna que posee la Institución?	Las cuatro personas entrevistadas mencionan el email, memos y teléfono.	De las cuatro personas, dos de ellas mencionaron la Intranet.
¿Qué tipo de información se socializa dentro de la Institución?	Coinciden con información de promociones, empleos y capacitaciones.	Describen no recibir información de áreas en mantenimiento y políticas y normativas.
¿Considera que la implementación de una Red virtual (Intranet) mejoraría la comunicación interna de la Institución?	Coinciden que la intranet optimiza la productividad.	De la gerencia administrativa indican que esta debe estar siempre actualizada.
¿Cuál considera que es el medio más eficaz y ágil para recibir información interna de la Institución?	Se encuentran de acuerdo en el email, boletín e intranet.	

1.4.4 Focus Group

Se programó la actividad **Focus Group** en las Oficinas Centrales con el objetivo de generar opinión en el tema “Intranet” y así recopilar datos cualitativos que no fueron detectados con los instrumentos de investigación tradicionales.

El grupo focal fue dirigido por el Lic. Gerber Paredes, quién desempeña el cargo de Jefe de Contabilidad, la actividad se llevó acabo de forma profesional con el objetivo de determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del uso de la intranet.

Se realizó con catorce colaboradores administrativos y un colaborador del área operativa del departamento de seguridad de oficinas centrales, con la característica de abarcar la mayoría de departamentos de la organización, entre ellos estudiantes de comunicación social, auditores, estudiantes de informática, estudiantes de ingeniería, psicólogo y administrador, lo cual sirvió para profundizar sobre el tema de Intranet y conocer la falta de seguimiento.

Para la interacción del grupo focal, se realizaron 6 preguntas abiertas, dirigidas a los invitados, quienes brindaron sus respuestas de acuerdo a sus profesiones, puestos de trabajo y experiencias, en la misma actividad se solicitó a los participantes desarrollar el FODA sobre el tema Intranet.

En el desarrollo de la actividad se contó con la participación y el apoyo de dos comunicadores sociales, ambos trabajadores de la institución, uno trabaja en el departamento de Afiliaciones y el segundo en el departamento de Reservasiones.

La Gerencia Administrativa de IRTRA a través de la Licda. Arely Noriega superviso la elaboración del informe de EPSL, brindando sugerencias y apoyando con el seguimiento del proyecto.

Focus Group IRTRA			
Fecha	Hora	Lugar	Ambientación
Viernes 22 de junio	De 13 a 17 horas	Salón Carrusel, sótano 1	Montaje de sillas tipo Auditorium, se generó confianza con los participantes
Objetivo:	Perfil del participante	Moderador:	Recursos técnicos
Determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del uso de la INTRANET en Oficinas Centrales de IRTRA.	Comunicadores, Auditores, Ingenieros, Psicólogo y Administrador. Colaboradores de diferentes departamentos. Edad: 20 a 50 años. Perfil administrativo 011	Lic. Gerber Paredes, Contador Público y Auditor.	Cámara fotográfica, otros recursos: Marcadores, Pliegos de papel Bond, folder, hojas blancas tamaño carta, lapiceros, coffe Break, laptop.

Fuente propia

Metodología			
Guía de preguntas	Tema Principal	Variantes a Resolver	Situación Actual
Preguntas base	Intranet	FODA y aceptación de la plataforma	Resultados
<p>1) ¿Conoce que es una INTRANET y cómo funciona?</p> <p>2) ¿Considera que la INTRANET mejoraría la comunicación interna de las Oficinas Centrales de IRTRA y por qué?</p> <p>3) ¿Cuál es la mejor forma para introducir la INTRANET como medio oficial de comunicación en las Oficinas Centrales de IRTRA?</p> <p>4) ¿Qué información, noticias o actividades considera que deben publicarse en la INTRANET de IRTRA, especifique?</p> <p>5) ¿De qué forma se puede lograr que todos los colaboradores de Oficinas Centrales utilicen la INTRANET?</p> <p>6) De su área o departamento, ¿indique que información considera que debe publicarse en la INTRANET?</p>			

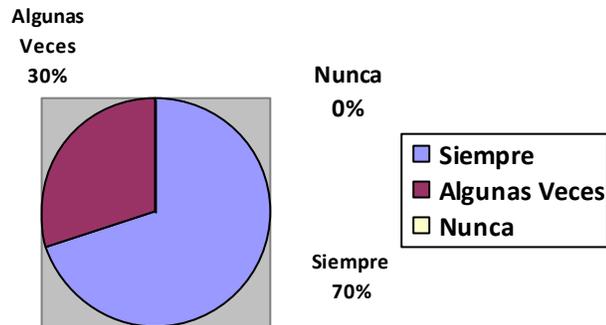
Fuente propia

Listado de Participantes Focus Group		
Nombres de participantes	Profesión	Departamento
Milagro Barneond	Ing. En Sistemas	Jefe de Informática
Clarís Palencia	Comunicador	Reservaciones
David Monroy	Estudiante de Administración de Empresas	Carnés
Carlos Guarcas	Perito Contador	Compras
Gerson Morales	Psicólogo	Capacitación
Federico Robles	Administrador de Empresas	Organización y métodos
Jennifer Quiñonez	Perito Contador	Planillas
Eddy Sian	Estudiante de Ing. En Sistemas	Informática
José Paniagua	Comunicador	Afiliaciones
Paola Beltethon	Contador público y Auditora	Auditoría
David Pineda	Administrador de Empresas	Financiero
Madelen Ruano	Perito Contador	Contabilidad
Lesly Montenegro	Secretaria	Administración
Yony Cruz	Bachiller	Seguridad
Gerber Paredes	Contador Público y Auditor	Jefe de Contabilidad

Fuente propia

1.4.5 Gráfica e interpretaciones del resultado de las encuestas

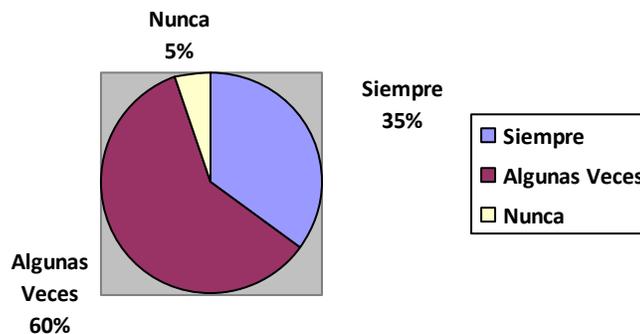
1 ¿Cuándo recibe un mensaje de información interna, identifica claramente quién se lo envía?



Fuente: Oficinas Centrales IRTRA

Interpretación: Se observa que el 70% identifica la fuente de información y un 30% aún se encuentra confusa en verificar de quién o dónde proviene la información.

2. ¿Recibe información sobre capacitaciones, políticas, normativas e instrucciones de la organización?



Fuente: Oficinas Centrales IRTRA

Interpretación: Permite observar que el 60% de colaboradores no recibe información sobre políticas institucionales o normativas internas, sólo el 35% recibe esta información y el 5% nunca lo recibe.

Es importante analizar la falta de socialización de esta información, las normas y políticas internas son de mucha importancia para la organización.

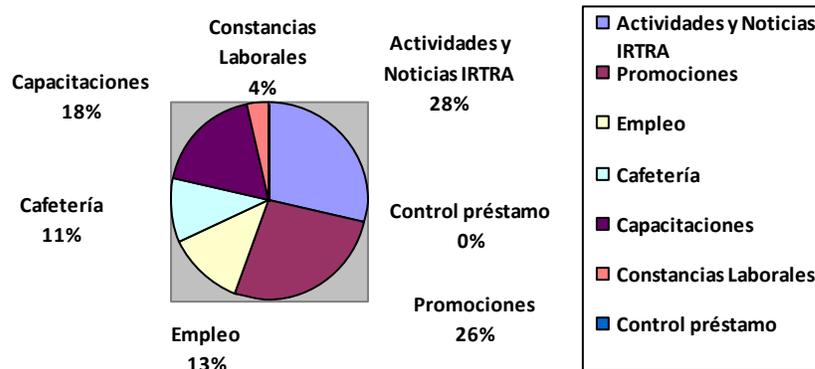
3. ¿Recibe información sobre eventos y actividades que desarrolla IRTRA?



Fuente: Oficinas Centrales IRTRA

Interpretación: El 55% de los colaboradores no recibe información sobre eventos y actividades propiamente de la institución, el 35% si recibe información pero no la socializa y el 10% nunca tiene conocimiento de ellas.

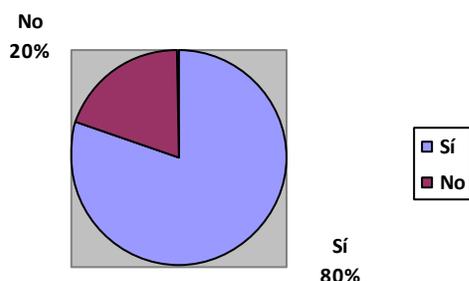
4. De las siguientes informaciones ¿seleccione las que le gustaría recibir?



Fuente: Oficinas Centrales IRTRA

Interpretación: Se observa que el 28% de la población encuestada desea recibir información sobre noticias y actividades de IRTRA. El 26% opina que desea conocer sobre promociones actualizadas para utilizarlas en recreación. Las capacitaciones se reflejan con un 18%. La sección de empleo con un 13%; el 11% información de cafetería y el 4% constancias laborales, el control de préstamo no reflejó ningún porcentaje de interés.

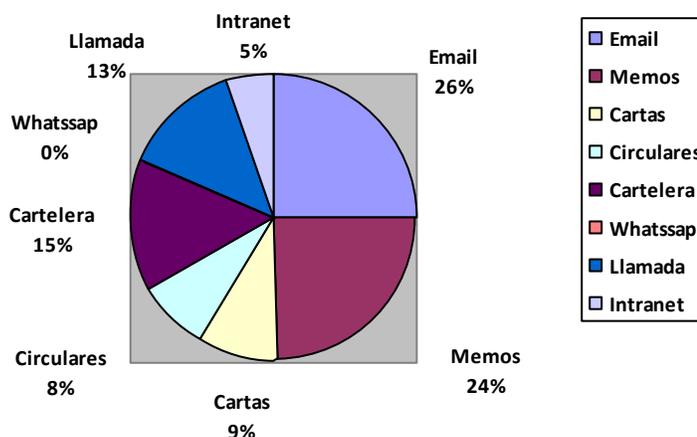
5. ¿Conoce que es la Intranet?



Fuente: Oficinas Centrales IRTRA

Interpretación: Se observa que un 80% conoce sobre la herramienta Intranet, la mayoría porque la utiliza como herramienta de trabajo en la versión actual y el 20% desconoce de ella porque no tiene acceso a una computadora, entre ellos el personal de mantenimiento y seguridad.

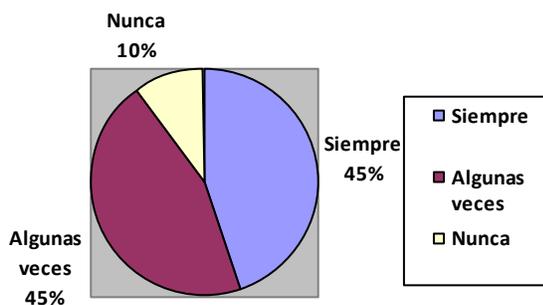
6. ¿Identifique los canales de comunicación más utilizados dentro de la organización?



Fuente: Oficinas Centrales IRTRA

Interpretación: Los canales más utilizados para la comunicación interna de IRTRA son los Memos, Email y la cartelera de información. Actualmente la tecnología se encuentra a la vanguardia de la comunicación digital, los jóvenes marcan una tendencia de infraestructura a través del uso de correo que es uno de los más utilizados, por la demanda de trabajo puede que este no se verifique de inmediato.

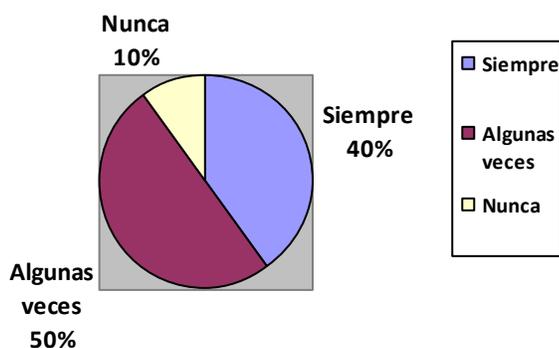
7. ¿Es fácil contactarse con los demás colaboradores que tienen relación con su trabajo?



Fuente: Oficinas Centrales IRTRA

Interpretación: El 45 % de la población encuestada indica que siempre pueden contactarse con sus compañeros de trabajo, sin embargo el otro 45 % opina que en algunas veces es difícil contactarse entre ellos. El 10% indica que nunca es fácil contactarse con los demás compañeros que tienen relación laboral.

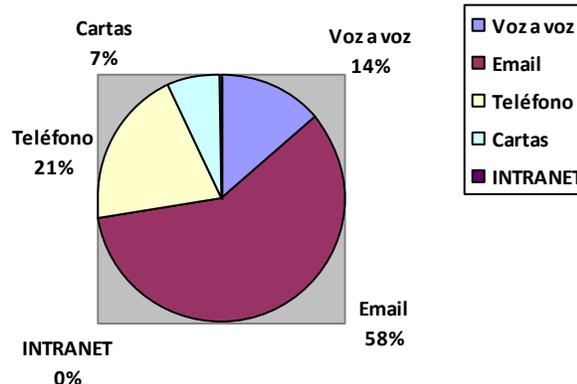
8. ¿Tiene acceso a la información sobre aquellas cosas relacionadas a su trabajo?



Fuente: Oficinas Centrales IRTRA

Interpretación: Se observa que el 40% de la población encuestada tiene acceso a la información relacionada con su trabajo. Un 50% no tiene acceso a información y el 10% nunca tiene acceso a datos de información laboral.

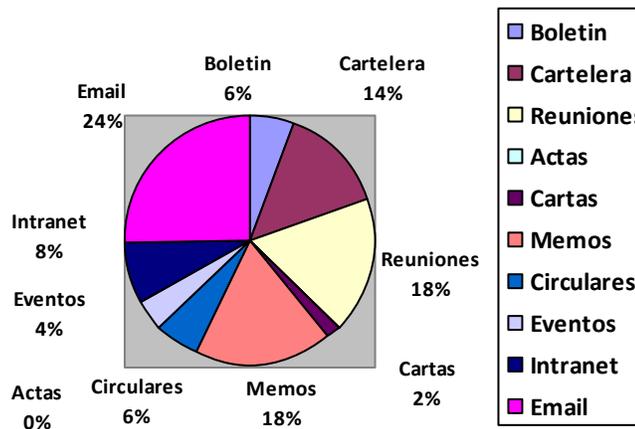
9. ¿Cuál es el canal de comunicación que usted prefiere para enviar información a sus compañeros de trabajo?



Fuente: Oficinas Centrales IRTRA

Interpretación: Se puede verificar en esta gráfica que los colaboradores prefieren enviar información a través del email reflejado con un porcentaje del 58%. El email es el canal que cuenta con mayor confianza y seguridad para conocer información verídica dentro de la institución, la Intranet no se encuentra posicionada en los colaboradores como canal de comunicación oficial.

10. ¿Cuál considera que es el medio más eficaz para recibir información?



Fuente: Oficinas Centrales IRTRA

Interpretación: Se percibe que los colaboradores identifican el email como el canal de comunicación más confiable con un porcentaje del 24 %. En segunda posición se encuentran los memos con un 18% y en tercera posición las reuniones con 18%, en cuarta posición la cartelera con el 14% y los demás ítems por debajo del 10%.

1.5 Radiografía de la institución

<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Utilización de correo electrónico ✓ Identificación de documentos oficiales (Memos, cartas, actas) ✓ Carteleras correctamente ubicadas ✓ Seguridad interna y externa de la información digital. 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ La distorsión de la información y rumores. ✓ Mal uso de los recursos ✓ Vulnerabilidad de la información
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Implementar la Intranet como un medio de comunicación interna. ✓ Que todos los colaboradores socialicen la información sobre acontecimientos importantes de la institución. ✓ Desarrollar un plan de inducción integral a todos los colaboradores de nuevo ingreso. ✓ La intranet mejora el servicio al cliente interno ✓ Da accesibilidad a capacitaciones virtuales. ✓ Promover foros de lectura para los colaboradores. ✓ Centralizar la información al 90% de colaboradores de Oficinas Centrales ✓ Optimizar el recurso humano. 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Falta de actualización e implementación de INTRANET como medio oficial de comunicación. ✓ Falta de manuales y procedimientos para la correcta utilización de la Intranet. ✓ Falta de información referente a los nuevos proyectos de la institución ✓ Falta de directorio institucional para conocer la ubicación de los colaboradores. ✓ Plataforma poco atractiva ✓ Los colaboradores no reconocen la INTRANET como medio de comunicación ✓ Falta de información de noticias y actividades de la institución. ✓ Desconocimiento de políticas institucionales y normativas internas ✓ Página web de IRTRA se encuentra en proceso de desarrollo.

Fuente propia

Después de recabada la información investigativa por medio de los instrumentos antes descritos, se logró determinar el problema de comunicación en la entidad evaluada, siendo este “La falta de conocimiento de un medio autorizado y confiable para el manejo de la comunicación interna” dentro de la institución, ya que se pudo constatar que el correo electrónico actualmente es el medio más confiable pero no todos cuentan con una cuenta de correo institucional o su trabajo no tiene relación con equipo de computación.

Capítulo II

2. Plan de Comunicación

2.1 Antecedentes comunicacionales

Cómo antecedente, el Instituto de Recreación de los Trabajadores de la Empresa Privada de Guatemala cuenta con una tesis que aborda estrategias de comunicación interna para dicha entidad, con fecha de emisión noviembre 2012.

La investigación contiene seis capítulos, iniciando la primera fase con la presentación de datos de la Institución, historia, misión, visión y organigrama.

En el segundo capítulo se encuentra el marco teórico exponiendo algunas teorías de comunicación, enfocando el estudio en comunicación organizacional y administrativo.

Cómo tercer capítulo cabe mencionar que se inició con la recolección de información proporcionada por los colaboradores de dicha Institución, utilizando las herramientas de entrevistas personales y cuestionarios, seguidamente se analizó y se evaluó toda la información recabada. En el cuarto capítulo, se describen los datos recopilados a través de gráficas y su análisis FODA.

En estos últimos, se presenta la estrategia de comunicación y los resultados de la propuesta de comunicación, misma que previamente fue autorizada por la Jefatura de Relaciones Públicas de la Institución, finalmente se presentan conclusiones y recomendaciones del proyecto general.

2.2 Objetivos de Comunicación

2.2.1 Objetivo general

Elaborar un plan de comunicación interna de las Oficinas Centrales del Instituto de Recreación de los Trabajadores de la Empresa Privada de Guatemala.

2.2.2 Objetivos específicos

- ✓ Actualizar y dar acceso a la intranet para socializar la información interna de la institución.
- ✓ Diseñar infografía y afiches para socializar la Intranet.
- ✓ Implementar la herramienta de correo electrónico a los departamentos sin esta opción.

2.3 Público objetivo

Datos demográficos
Edad: de 18 a 70 años – Sexo: hombres y mujeres – Estado civil: Solteras, casadas, viudas, divorciadas. – Religión: Católica en su mayoría – Nivel Educativo: Básico, Nivel diversificado, Universitario y Maestrías.
Datos Geográficos
Por su ubicación: Las oficinas se encuentra en área Urbana – Clima: Caluroso con temperaturas entre 20 y 30 grados – Red vial: Para ingresar a las oficinas se utiliza la carretera en la 7av. zona 9 de Sur a Norte hacia la zona 1, ciudad capital.
Nivel Socioeconómico
Se encuentran en niveles socioeconómicos tipo: C+ media alta, con ingresos de Q.35,000 a Q.84,000; tipo C media , ingresos de Q.11,000.00 a Q.34,000.00; tipo D+ media baja de Q.6,800.00 a Q.10,000.00 y por último tipo D baja alta , con rangos de Q.2,700.00 a Q.6,000.00

Fuente propia

2.4 Mensaje

La institución IRTRA se caracteriza por brindar áreas y espacios de recreación familiar de acuerdo a su cultura de hospitalidad con enfoque en 7 características: Conocer sobre seguridad, limpieza, sonrisas, conocer respuestas, presentarse y saludar, preguntar, anticiparse a los deseos de los clientes. De esta manera el IRTRA mantiene en alto sus estándares de servicio.

- ✓ Promover la recreación familiar en ambientes sanos y seguros que brinden felicidad.
- ✓ La cultura IRTRA es la excelencia en el servicio.
- ✓ **IRTRA es felicidad (institucional)**

2.5 Estrategias y acciones de comunicación

Para alcanzar los objetivos específicos descritos anteriormente, se aplicaran las siguientes estrategias:

- ✓ **Estrategia 1- Actualizar y dar acceso a la intranet para socializar la información interna de la institución.**

Analizar los resultados obtenidos de las encuestas y entrevistas realizadas, en conjunto con la Gerencia Administrativa de IRTRA para determinar la forma en que se dará a conocer la Intranet y determinar las personas y/o departamentos responsables de alimentar la información a la plataforma, así como la creación de una política institucional de uso de la intranet.

Acción comunicacional No.1	
Estrategia a cual corresponde:	Actualizar y dar acceso a la intranet
Problema:	No existe un administrador que esté al tanto de la intranet. El personal asignado no publica información con interés público. No se aprovecha esta herramienta digital. Se sugiere mejorar temas de diseño.
Producto:	Intranet
Objetivo Comunicacional:	Socializar la información interna de la institución.
Tipo de Mensaje:	Informativo- Recreativo-Motivacional
Público Objetivo:	Colaboradores de Oficinas Centrales IRTRA.
Medio de Difusión:	Email- afiches y talleres

Realizar una reunión con la Gerencia Administrativa de la Institución y hacer entrega de los resultados obtenidos dando a conocer los comentarios que los colaboradores aportaron al contenido del diagnóstico de comunicación.

Determinar la información que se visualizará en la intranet, realizando una reunión con el departamento de informática y administración. Creación de usuario a los colaboradores que cuenten con equipo de computación relacionado a su trabajo.

Actualizar la versión Intranet determinando la información que se mostrará a los colaboradores, según recomendaciones de la Gerencia Administrativa e Informática.

Los colaboradores sin acceso a una computadora, podrán observar la información interna a través de las carteleras de información.

✓ **Estrategia 2- Diseñar infografía y afiches para socializar la Intranet**

Crear contenido digital, en afiches e infografía en donde se dé a conocer la intranet. Se realizará la impresión de afiches e infografía que serán publicados en las carteleras de información de la institución y socializados por correo electrónico.

Acción comunicacional No.2	
Estrategia a cual corresponde:	Diseñar infografía y afiches
Problema:	Los colaboradores operativos no conocen el uso de la intranet, ni la información interna que se socializa en la institución.
Producto:	Afiches e infografía
Objetivo Comunicacional:	Diseñar material impreso y digital para introducir la intranet y motivar el uso de esta herramienta.
Tipo de Mensaje:	Inductivo e informativo
Público Objetivo:	Colaboradores de Oficinas Centrales IRTRA.
Medio de Difusión:	Email- Carteleras.

El área de diseño del departamento de Mercadeo, realizará los diseños de los afiches e infografías para la introducción de la intranet en la institución. Se solicitará al área de informática que socialice los afiches y la infografía por correo electrónico a las cuentas de correo institucionales dentro de oficinas centrales.

- ✓ **Estrategia 3- Implementar la herramienta de correo electrónico a los departamentos sin esta opción.**

Con la observación y la técnica del focus group, se determinará que departamentos no cuenta con correo electrónico, afectando la comunicación en estas áreas.

Acción comunicacional No.3	
Estrategia a cual corresponde:	Implementar herramienta de correo electrónico.
Problema:	Áreas como la recepción del primer nivel y seguridad no cuentan con acceso a correo electrónico.
Producto:	Correo Institucional.
Objetivo Comunicacional:	Brindar herramientas de comunicación
Tipo de Mensaje:	Informativo
Público Objetivo:	Recepción del 1er. Nivel y Agentes de Seguridad
Medio de Difusión:	Email

Según los resultados de la observación y el focus group, los colaboradores utilizan el correo electrónico como un medio de comunicación confiable, áreas como la recepción y seguridad no cuentan con correo institucional.

En el Focus Group, uno de los participantes fue un representante del departamento de seguridad, quién brindo su comentario con la falta de correo electrónico. En la recepción del primer nivel se observó que no se cuenta con una cuenta de correo. La Gerencia Administrativa solicito al departamento de informática gestionar la creación de cuenta de correo electrónico a las áreas descritas, tomando en consideración la importancia de la comunicación.

Capítulo III

3. Informe de ejecución

3.1 Proyecto desarrollado

Estrategias para Fortalecer la Comunicación Interna de las Oficinas Centrales del Instituto de Recreación de los Trabajadores de la Empresa Privada de Guatemala.

3.1.1 Financiamiento

El proyecto fue cotizado por un diseñador web con una inversión aproximadamente Q6,000.00; valor que fue absorbido por la institución por contar con personal profesional en el área de informática y mercadeo, personal que desarrollo la actualización de la plataforma intranet.

3.1.2 Presupuesto:

De acuerdo a las estrategias descritas, se detalla a continuación el presupuesto ejecutado:

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo Total	Financiamiento
1	Plataforma intranet	0	0	IRTRA
1	Banner Roll Up, full color, estructura tipo araña de 0.80 x 2 metros, impresión de lona	Q165.00	Q165.00	Epesista
6	Impresión de afiches, 17 x 11 cm	0	0	IRTRA
6	Impresión de infografía 11 x 8.5 cm	0	0	IRTRA
22	Coffe Break/ Focus Group	Q10.00	Q220.00	Epesista
Total			Q.385.00	

3.1.3 Beneficiarios

Primario: Gerencias

Secundario: Jefes y supervisores

Terciarios: Colaboradores administrativos y operativos

3.1.4 Recursos Humanos

La actualización de la intranet fue apoyada fundamentalmente por el departamento de informática, a través del programador senior Eddy Sian, quién realizó las pruebas y modificaciones correspondientes.

La Gerencia Administrativa, gestiona los trámites para la creación de cuentas de correos institucionales del área de recepción del primer nivel, del área de seguridad y en proyecto el del departamento de transportes y mensajería.

Se obtuvo asesoría por parte del departamento de Mercadeo a través del Lic. Juan Carlos Góngora, referente a la estructura de diseño. La página web se encuentra actualmente en reestructuración, por esta razón no se permitieron cambios drásticos en el diseño de la intranet.

3.1.5 Áreas Geográficas de Acción

Edificio Oficinas Centrales IRTRA 7 av. 7-24 zona 9, Guatemala, Ciudad.

3.2 Estrategias y acciones desarrolladas

Estrategia 1: Actualizar y dar acceso a la intranet para socializar la información interna de la institución.

Problema	La falta de conocimiento de un medio autorizado y confiable para el manejo de la comunicación interna de IRTRA.
Objetivo Comunicacional	Socializar y actualizar la información interna de la institución a través de la herramienta Intranet.
Producto	Intranet actualizada
Tipo de mensaje	Informativo
Público	Todos los colaboradores que tengan acceso a una PC.
Resultados esperados	Establecer un canal efectivo de comunicación
Medios de difusión	Reunión de información dirigida a todos los colaboradores para dar a conocer la plataforma y socializar el afiche y la infografía por correo electrónico y en cartelera de información.

Fuente propia

Requerimientos mínimos Intranet

- a. Sistema Operativo Windows 7
- b. Procesador Dual Core
- c. Memoria RAM de 2 Gigabytes.
- d. Tener instalado un navegador de internet, de preferencia Google Chrome.
- e. Tener una cuenta de correo electrónico institucional (opcional).

Características: La intranet debe ser de fácil acceso, usabilidad y de carácter intuitivo.

Inicio	En esta sección se visualizan las noticias activas (del momento y las futuras), las cuales estarán en constante movimiento a través de un banner digital. Responsable RRPP
Noticias	Es un almacenador de todas las noticias del mes. Está es una de las principales funciones de la intranet, informar a los colaboradores sobre acontecimientos y noticias relacionadas a la institución. Responsable RRPP
Promociones	Segunda función primordial, los colaboradores se encuentran informados sobre las diferentes promociones que se realizan en los parques de recreación y en los Hostales del IRTRA, Responsable: RRPP
Institucional	En esta sección se encontrará información interna (historia, misión, visión, metas, logros, departamentos, organigrama). Responsable: RRHH
Parques y Hostales	Este espacio está diseñado para que los colaboradores encuentren información relevante de cada parque, desde los servicios que ofrecen, precios de ingreso, descripción de juegos, souvenirs, áreas en mantenimiento, proyectos de remodelación, directorios telefónicos y fotografías de áreas. Responsable: RRPP
Documentos	En esta sección se pone a disposición la descarga directa de documentos de información general, entre ellos: formularios de visitas escolares, formularios de reservaciones de hospedaje. Responsable: Call Center
Mi cuenta	En esta sección, el colaborador puede acceder con su código de empleado y tendrá la opción de digitar su contraseña para guardar su confidencialidad. Responsable: Cada colaborador

Fuente propia

¿Qué es una Intranet?

Considerada como sitio web interno, diseñado para ser utilizado dentro de los límites de la compañía. Lo que distingue una Intranet de un sitio de Internet, es que las intranets son privadas y la información que en ella reside tiene como objetivo asistir a los trabajadores en la generación de valor para la empresa.

Se estima que un empleado promedio consume entre un 25% y 30% de su tiempo buscando información. Esto significa que las empresas pierden mensualmente un 30% del dinero correspondiente al costo de sus empleados, sumado al lucro cesante derivado de este tiempo improductivo en los que los empleados no generan valor para la empresa.

Las organizaciones insumen gran cantidad de información para dar soporte a su operativa diaria; información generada internamente como proveniente de fuentes externas. Viven de esta información, memorandos, reportes, información de productos, análisis de mercados, contratos, artículos de interés, minutas de reunión, información interna, manuales y procedimientos, etc.

Pero su acceso no es siempre fácil. Si no está organizada, relacionada y distribuida de forma apropiada, no genera valor para el negocio, desaprovechando uno de los activos más importantes de la Empresa: El Conocimiento.

Beneficios de una Intranet

Los beneficios del uso de una intranet se pueden agrupar en dos grandes segmentos; reducción de costos y aumento de la eficiencia.

Aumento de la productividad

Es la principal ventaja que aporta una Intranet. El acceso a información actualizada de una manera útil y sencilla redonda en un ahorro de tiempo. Si a esto, le unimos la existencia de una serie de aplicaciones desarrolladas para facilitar las labores de los/as empleados/as, el aumento de productividad será significativo.

Reducción de costos:

Es una de las principales ventajas que se observa de una Intranet. Cuanto menos papeleo y más rapidez en las comunicaciones, menos tiempo se pierde y el ahorro es evidente.

Porcentaje del público objetivo: Se estima tener un alcance del 90% de los colaboradores de Oficinas Centrales de IRTRA que tienen acceso a un equipo de cómputo.

Existe un 10% de las personas del área de mantenimiento y seguridad que no tienen acceso a una computadora, por lo general solamente el jefe de área cuenta con una pc. Para estas personas se publicará la información en las carteleras de información.

Calendario Editorial: Es el recurso que nos permite organizar todos los aspectos relacionados con las publicaciones de un blog o sitio web, de esta manera, organizar el trabajo y alcanzar los objetivos de comunicación establecidos.

Temática del Post	Títulos	Autor	Fecha de publicación	Fotos	Vídeos	Infografía	Descarga
Informativo	Promoción Xetulul DPI	IRTRA	1/8/18	Jpg	No	No	No
Informativo	Promoción Xocomil Dpi	IRTRA	2/8/18	Jpg	No	No	No
Informativo	Apertura de parques 15 de agosto	IRTRA	1/8/18	Jpg	No	No	No
Informativo	Paquete de pura diversión Xetulul	IRTRA	1/8/18	Jpg	No	No	No
Informativo	Paquete de pura diversión Petapa	IRTRA	1/8/18	Jpg	No	No	No

Fuente propia

Cómo se inicia el tráfico:

- ❖ En la fase 1 se abre una ventana web con las noticias y promociones.
- ❖ En la fase 2, se ingresa con usuario y contraseña.
- ❖ Horarios entre 8 y 15 horas para publicar información o promociones.
- ❖ Optimizando la página interna con aplicaciones administrativas.

Fase 1: Sección de noticias



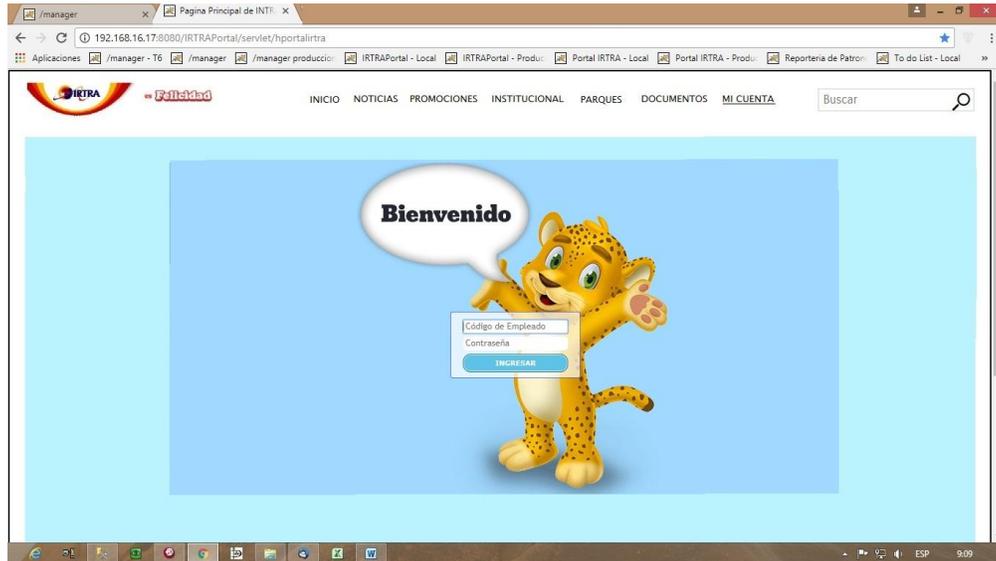
Portal Intranet desplegando el banner digital de noticias de IRTRA.



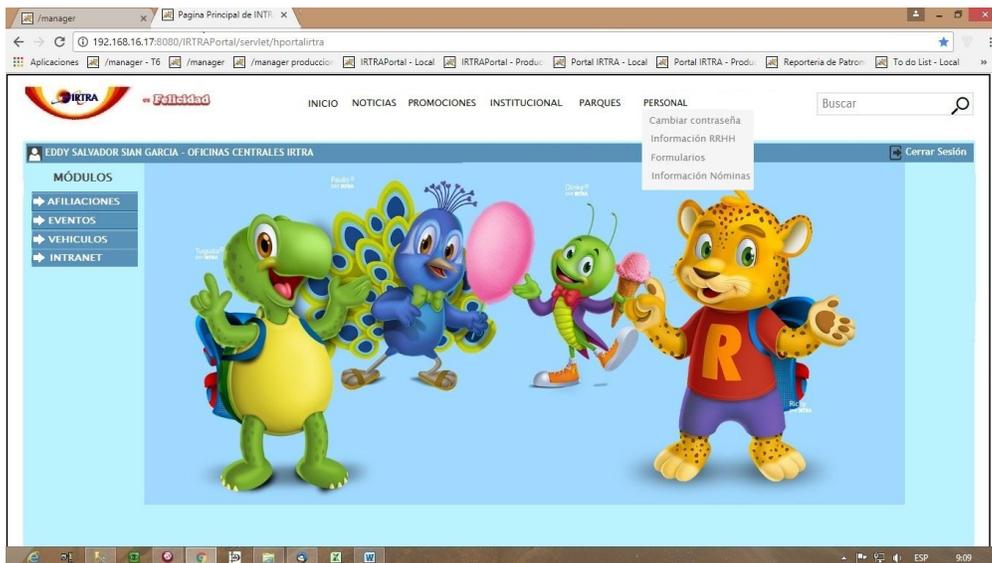
Portal Intranet desplegando banner digital con información de parques IRTRA.

Fuente: Informática IRTRA

Fase 2: Se ingresa con usuario y contraseña:



Portal Intranet solicitando usuario y contraseña.



Portal Intranet habilitando opciones personalizadas.

Fuente: Informática IRTRA

Acciones desarrolladas: Junto a la Gerencia Administrativa y el departamento de informática, se establece como primer paso implementar que la Intranet se ejecute en dos fases. **La primera fase:** Consiste en que al iniciar el equipo de cómputo se despliegue una venta con la sección de noticias, sin necesidad de ingresar usuario y contraseña.

Segunda fase: El colaborador deberá ingresar usuario y contraseña para acceder a más opciones, de esta forma se desea persuadir al colaborador para generar tráfico.



Licda. Arely Noriega, asistente administrativa y Sr. Eddy Sian, programador en reunión con el epesista Otto Fernando Meléndez, validando el plan de comunicación y las acciones a tomar aprobadas para su ejecución. Julio 2018.

Estrategia 2: Diseñar infografía y afiches para socializar la información

Objetivo comunicacional:

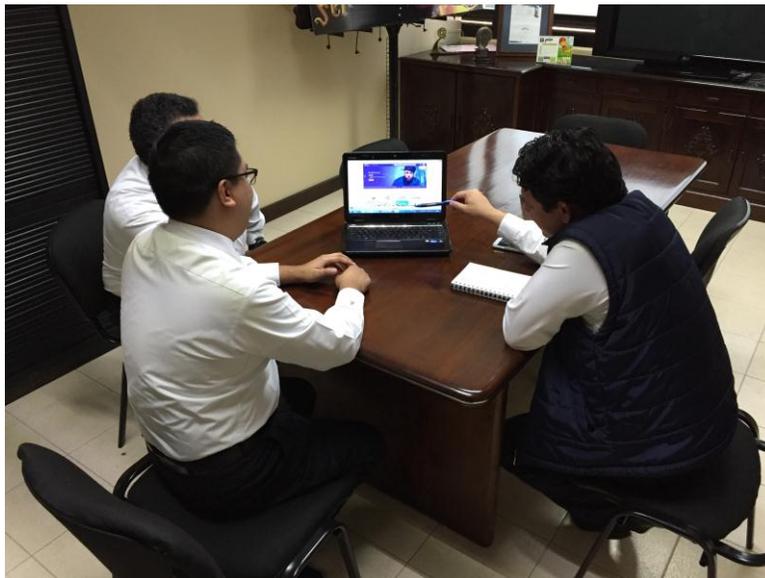
Diseñar material impreso y digital para introducir la Intranet y motivar el uso de esta herramienta.

Descripción:

El diseño de los afiches e infografía fue elaborado por el Departamento de Mercadeo de la Institución. La socialización de los archivos digitales se realizó con la ayuda del departamento de informática a través del correo electrónico.

Acciones desarrolladas:

Se realizó la impresión de seis afiches y seis infografías, que fueron colocados en las carteleras de información de cada nivel de la institución. Los diseños digitales fueron socializados por medio de correo electrónico.



Sr. Eddy Sian, epesista Otto Meléndez y Lic. Juan Carlos Pérez, definiendo impresión de afiche e infografía para socializar la intranet.

Estrategia 3: Implementar la herramienta de correo electrónico a los departamentos sin esta opción.

Objetivo comunicacional:

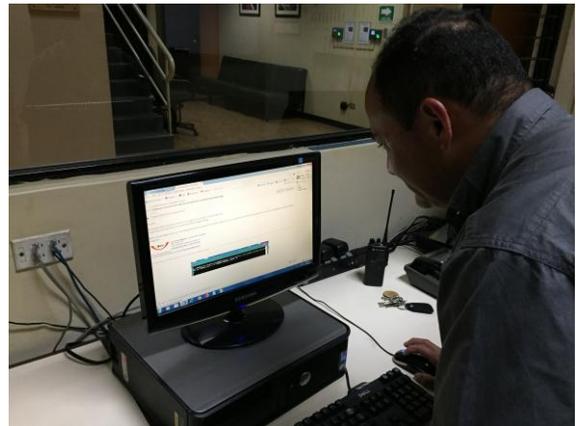
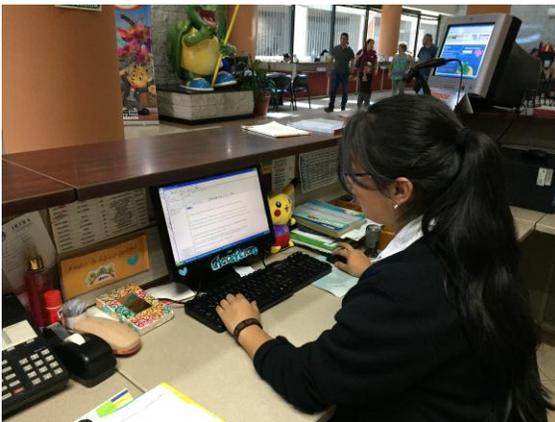
Brindar una herramienta de comunicación.

Descripción:

Los resultados de los instrumentos de investigación, indican que el medio de comunicación mayor utilizado internamente es el correo electrónico, por consiguiente al observar que el área de recepción del primer nivel y el departamento de seguridad no cuentan con dicha herramienta, se solicitó la creación de dichas cuentas de email.

Acciones desarrolladas:

Se implementaron las cuentas de correo institucionales en los departamentos de recepción primer nivel y departamento de seguridad. Por motivos de seguridad las cuentas de correo no pueden ser expuestas en este proyecto.



Srta. Lucy Salguero (repcionista) y Sr. Yony Cruz (agente de seguridad) utilizando el correo electrónico.

3.3 Cronograma de Actividades

Actividad / Mes	Mayo				Junio				Julio			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Reunión con Gerencia Administrativa para revisión de proyecto.	■	■	■	■								
Reunión con el área de Soporte Técnico para la presentación del proyecto.			■	■								
Reunión con el área de mercadeo, para analizar opciones de diseño.				■								
Reunión con Gerencia Administrativa para coordinar Focus Group					■	■	■					
Realización de Focus Group con personal de rangos: Jefatura, Supervisores, Administrativo, Seguridad y Mantenimiento.							■	■				
Recopilación de datos y redacción de informe de Focus Group							■	■				
Revisión de informe de proyecto por Gerencia Administrativa									■			
Implementación de correo electrónico al personal de Seguridad y Recepción primer nivel.									■	■		
Elaboración de afiches de expectación						■	■					
Elaboración de infografía informativos							■	■				
Redacción de informe final de proyecto									■	■		
Proceso de pruebas de plataforma Intranet									■	■		
Socialización de Afiches e Infografías vía correo electrónico e impreso											■	
Autorización para la implementación de la Intranet fases1 al personal de Oficinas Centrales.											■	

Fuente: <https://es.ccm.net/contents/580-diagrama-de-gantt>

3.4 Control y seguimiento

Estrategia	Control	Seguimiento
<p>Dar a conocer la Intranet</p>	<p>Verificar la información publicada en la intranet diariamente, por las áreas relacionadas.</p>	<p>Designar un administrador que analice el impacto de la información publicada de forma mensual.</p> <p>Retroalimentar cada 4 meses el uso correcto de la intranet.</p> <p>Creación de usuarios, para acceso a herramientas laborales.</p>
<p>Diseñar Infografía y afiche</p>	<p>Diseños con los parámetros establecidos por la Gerencia de Mercadeo</p>	<p>La correcta socialización del material digital por correo electrónico y la creación de nuevos diseños de afiches para promover el uso de la intranet.</p> <p>Seguimiento por el área de informática y mercadeo.</p>
<p>Implementación de correo electrónico</p>	<p>Supervisar el correcto uso de las cuentas de correo electrónico en el área de recepción y seguridad.</p>	<p>El correcto uso del correo institucional es supervisado por el área de informática, con el objetivo de anticiparse ataques cibernéticos.</p>

Conclusiones

A través del diagnóstico de comunicación se demostró la necesidad de un medio de comunicación interno oficial que centralice la información de carácter público, así como también la implementación de solicitudes administrativas. De esta forma, al momento de consultar información relacionada con su ambiente laboral, los colaboradores de la institución obtendrán datos y procedimientos asertivos que facilitaran la retroalimentación de normas, procedimientos, actividades recreativas y demás índoles.

En el grupo focal uno de los instrumentos utilizados para la recopilación de datos de este proyecto, se describió que la Intranet es una de las soluciones para mejorar la comunicación interna de la institución, siempre que ésta conlleve información útil para el colaborador, que cuente con características como la velocidad para encontrar la información, plataforma animada, información siempre actualizada.

Se realizaron entrevistas y encuestas a mandos medios, personal administrativo y operativo, donde se pudo constatar que los colaboradores quieren estar informados sobre actividades de recreación en los parques, promociones por temporadas, calendarios de días festivos, aniversarios de los parques, cumpleaños, servicios disponibles en hotelería, oportunidad de plazas laborales, capacitaciones, manuales de procedimientos, reglamentos que rigen a la institución.

La actualización de la intranet, será parte fundamental para el logro de la mejora de la comunicación interna de la institución, siendo una herramienta confiable de consultas y asertivo con la información que puede ser observado en cualquier momento para verificación, resolución de dudas o inquietudes que puedan surgir.

Recomendaciones

Dar seguimiento a las mejoras y actualización de información diaria de la Intranet como canal informativo, para centralizar la información que se relacione con los colaboradores de la institución, así como la mejorar continua de esta plataforma en áreas de diseño y funcionalidad.

Dentro de la institución es necesario designar a un administrador que se encuentre supervisando el uso correcto de la intranet, generando las gestiones para su actualización diaria, semanal o mensual. También seguir implementando mejoras a esta herramienta de acuerdo a las necesidades que surjan.

Las Gerencias y jefaturas de primera línea puedan involucrarse en la utilización de la intranet, generando influencia en sus colaboradores para formar un hábito de uso de esta plataforma interna.

El objetivo de la institución es brindar felicidad a través de recreación, por lo tanto es necesario que los colaboradores cuenten con la mayor información posible para asesorar correctamente a los visitantes que adquieren servicios con IRTRA.

Glosario de términos

A

Afiliado: Persona que es miembro de un partido político, un sindicato, un gremio u otra asociación.

Antecedentes:

Acción, dicho o circunstancia que sirve para comprender o valorar hechos posteriores.

Arte: Usualmente se le llama arte a la actividad mediante la cual el ser humano expresa ideas, emociones o, en general, una visión del mundo, a través de recursos plásticos, lingüísticos, sonoros, o mixtos.

Arte Final: Original publicitario totalmente acabado y listo para su reproducción.

B

Beneficiarios: Dicho de una persona: Que resulta favorecida por algo.

Brief: Documento que se encuentra por escrito información del cliente con el objetivo de una exitosa campaña publicitaria.

Brochure: Arte final de 4 páginas.

C

Canal de comunicación: es el método empleado para enviar un mensaje al receptor, no es el contenido del mensaje.

Comunicación: Proviene del latín communis que significa común. También en castellano el radical común es compartido por los términos comunicación y comunidad. Ello indica a nivel etimológico la estrecha relación entre comunicarse y estar en comunidad. En otras palabras, se “está en comunidad” porque “se pone algo en común” a través de la comunicación”.

Confrontar: Cotejar dos cosas, especialmente escritos.

Cotejar: Confrontar algo con otra u otras cosas, o compararlas teniéndolas a la vista.

Creatividad: Facultad de crear.

D

Diagnóstico: Se refiere en general, al análisis que se realiza para determinar cualquier situación y cuáles son las tendencias, permitiendo juzgar mejor qué es lo que está pasando.

Diseño: raza o delineación de un edificio o de una figura.

E

Entrevista: Reunión de dos o más personas para tratar algún asunto, generalmente profesional o de negocios.

Encuesta: Serie de preguntas que se hace a muchas personas para reunir datos o para detectar la opinión pública sobre un asunto determinado.

Entropía: Magnitud que indica el grado de desorden de un sistema.

F

Focus Group: Es una técnica de estudio de las opiniones o actitudes de un público específico.

Fotografía: Arte de fijar y reproducir por medio de reacciones químicas, en superficies convenientemente preparadas, las imágenes recogidas en la cámara oscura.

H

Hospitalidad: Es la cualidad de acoger con amabilidad y generosidad a los invitados para que se sientan confortables.

I

IAAPA: International Association of Amusement Parks and Attractions. (Asociación Internacional de diversiones de parques y atracciones).

Imagen Figura, representación, semejanza y apariencia de algo.

Imagen de marca: Es una representación mental de los atributos y beneficios percibidos por el producto o marca.

M

Mensaje: Es el resultado del proceso de codificación. Se expresa el objetivo que persigue el comunicador y lo que espera comunicar a su destinatario.

R

Retroalimentación: Es la respuesta del mensaje por parte del receptor y que le permite al comunicador establecer si se ha recibido su mensaje y si ha dado lugar a la respuesta buscada. La retroalimentación puede indicar la existencia de fallos en la comunicación.

Ruido: Se puede definir como cualquier factor que distorsiona la intención que perseguía el mensaje y puede producirse en todos los elementos de la comunicación.

P

Pieza publicitaria: Aviso realizado para ser reproducido según las técnicas de un medio de comunicación.

Publicidad:

Divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, etc.

S

Usabilidad: Calidad de la página web que facilitan la lectura de textos, descargan rápidamente la información y presentan funciones y menús sencillos.

T

Tour Operador: Se considera operador turístico a la empresa que ofrece productos o servicios turísticos, generalmente contratados por él, e integrador por más de uno de los siguientes ítems: transporte, alojamiento, traslados, excursiones, etc.

Referencias Bibliográficas

- **Decreto Número 1528, Ley de Creación IRTRA**
Congreso de la República de Guatemala
- **Hernández, R. Fernández, C. Y Baptista, P. (2006)**
Metodología de la investigación (4 ed). México: MCGraw Hill
- **(IRTRA 2015) Libro conmemorando un sueño**
Creación de IRTRA
- **(IRTRA 2015) Fuente Manual de Bienvenida IRTRA**
Misión, visión y cultura IRTRA
- **Noriega Arevalo, Arely Tatiana, (2013) tesis**
“Estrategia de comunicación interna para el Instituto de Recreación
De los Trabajadores de la Empresa Privada de Guatemala –IRTRA-
- **Sampieri, Metodología de la investigación, (2014)**
Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

EGRAFIA

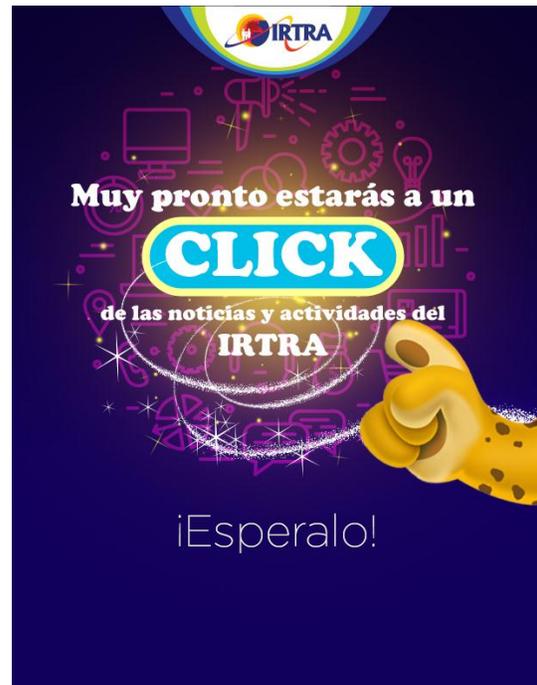
- (Google Maps, 2018) De sitio web Google – Google Maps: <https://www.google.com/maps/place/IRTRA/@15.7780101,90.2244761,8z/data=!4m8!1m2!2m1!1sIRTRA,+Guatemala!3m4!1s0x8589a3d24f1a87d5:0x53811aec361c6965!8m2!3d14.6076944!4d-90.5182152>
- IRTRA (2018). De sitio web: <http://irtra.org.gt/>
- <http://www.innovaportal.com/innovaportal/v/77/1/innova.front/beneficios-de-usar-una-intranet>
- <https://www.informatica-hoy.com.ar/aprender-informatica/Que-es-una-Intranet.php>
- <https://www.significados.com/intranet/>
- <https://es.ccm.net/contents/580-diagrama-de-gantt>
- <http://www.infoamerica.org/teoria/berlo1.htm>
- Diccionario de la Real Academia Española (Fecha de consulta: agosto de 2018)
- Disponible en: <http://www.rae.es/>

Anexos

Afiche

Diseñado por la Gerencia de Mercadeo, expectación en los colaboradores de Oficinas Centrales IRTRA.

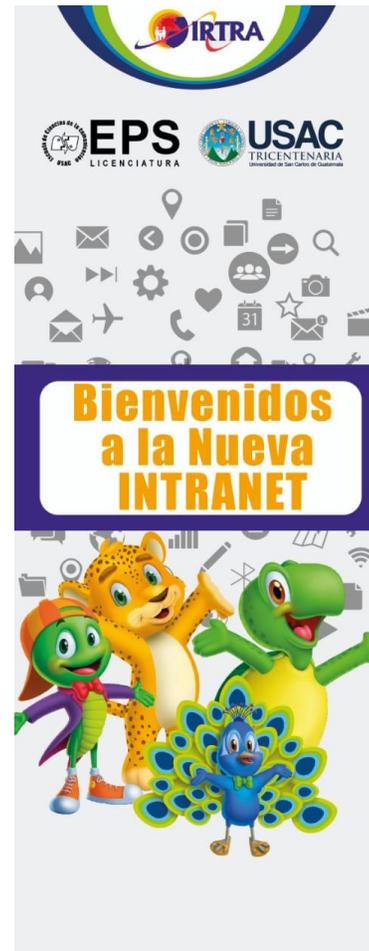
Fuente: Mercadeo IRTRA



Banner, Roll Up

Diseñado por el epesista Otto Fernando Meléndez, presentación de Intranet en las Oficinas Centrales IRTRA.

Fuente propia.





Infografía diseñada por el Departamento de Mercadeo, informando sobre los beneficios de la Intranet.

Fuente: Mercadeo IRTRA

Transcripción de Entrevistas

Vaciado de Entrevista al Personal Interno de las oficinas centrales del Instituto de Recreación de los Trabajadores de la Empresa Privada de Guatemala

Pregunta 1	¿Hace cuánto tiempo labora para el Instituto de Recreación de los Trabajadores de la Empresa Privada de Guatemala?			
	0 a 5 años	6 a 15 años	16 a 25 años	26 años en adelante
Respuesta 1	2		2	
Pregunta 2	¿Conoce los canales de comunicación interna que posee la Institución?			
	Sí	No	Identifíquelas	
Respuesta 2	1		Boletines, email e Intranet	
Respuesta 2	1		Email, Intranet, Teléfono, personal	
Respuesta 2	1		Email, Memos, Circulares, Carteleras	
Respuesta 2	1		Email, Teléfono	

Fuente propia

Pregunta 3	¿Qué tipo de información se socializa dentro de la Institución?							
	Noticias IRTRA	Promociones	Empleos	Cafetería	Capacitaciones	Constancias Laborales	Áreas en Mantenimiento	Otras
Respuesta 3			1	1				Ayuda social/ fallecimiento
Respuesta 3	1	1	1	1	1	1		Cumpleaños del mes
Respuesta 3			1		1	1		Políticas y normativas
Respuesta 3		1	1		1	1	1	Mantenimiento de computadoras
Pregunta 4	¿Considera que la implementación de una Intranet mejoraría la comunicación Interna?							
	Sí	No	¿Por qué?					
Respuesta 4	1		Siempre que este actualizada y que todos tengan acceso					
Respuesta 4	1		Se tendrían consultas más ágiles					
Respuesta 4	1		Será un solo canal de información de comunicación directa					
Respuesta 4	1		Se optimizará la velocidad de la información					

Pregunta 5	¿Cuál considera que es el medio más eficaz y ágil para recibir información interna?							
	Boletín	Cartelera	Reuniones	Cartas	Memos	Eventos	Email	Intranet
Respuesta 5	3	1	2	1	1	1	3	3

Modelo de Encuesta

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

El propósito de este cuestionario es encontrar áreas de oportunidad que nos permitan mejorar la comunicación dentro de la institución. Recuerda que las respuestas son opiniones basadas en Tu experiencia de trabajo, por lo tanto no hay respuestas correctas ni incorrectas. Lee cuidadosamente cada uno de los enunciados y marca la respuesta que mejor describa tu opinión.

1. ¿Cuándo recibe un mensaje de información interna, identifica claramente quién se lo envía?

Siempre Algunas veces Nunca

2. ¿Recibe información sobre capacitaciones, políticas, normativas e instrucciones de la organización?

Siempre Algunas veces Nunca

3. ¿Recibe información sobre eventos y actividades que desarrolla IRTRA?

Siempre Algunas veces Nunca

4. De las siguientes informaciones ¿Seleccione las que le gustaría recibir?

Actividades y Noticias de IRTRA Promociones Empleo

Constancias laborales Control de pago préstamos cafetería

Capacitaciones

Otros: Explique: _____

5. ¿Conoce que es la Intranet?

Sí No ¿Por qué?

6. Identifique los canales de comunicación más utilizados dentro de la organización:

Email Memos Cartas Circulares

Cartelera Whatsapp Llamada telefónica Intranet

7. ¿Es fácil contactarse con los demás colaboradores que tienen relación con su trabajo?

Siempre Algunas veces Nunca

8. ¿Tiene acceso a la información sobre aquellas cosas relacionadas a su trabajo?

Siempre Algunas veces Nunca

9. ¿Cuál es el canal de comunicación que usted prefiere para enviar información a sus compañeros de trabajo?

Voz a voz Email Teléfono Cartas Otros

10. ¿Cuál considera que es el medio más eficaz para recibir información?

Boletín Cartelera Reuniones Actas Cartas

Memos Circulares Eventos Intranet Email

Vaciado de encuesta

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

El propósito de este cuestionario es encontrar áreas de oportunidad que nos permitan mejorar la comunicación dentro de la institución. Recuerda que las respuestas son opiniones basadas en Tu experiencia de trabajo, por lo tanto no hay respuestas correctas ni incorrectas. Lee cuidadosamente cada uno de los enunciados y marca la respuesta que mejor describa tu opinión.

1. ¿Cuándo recibe un mensaje de información interna, identifica claramente quién se lo envía?

Siempre Algunas veces Nunca

2. ¿Recibe información sobre capacitaciones, políticas, normativas e instrucciones de la organización?

Siempre Algunas veces Nunca

3. ¿Recibe información sobre eventos y actividades que desarrolla IRTRA?

Siempre Algunas veces Nunca

4. De las siguientes informaciones ¿Seleccione las que le gustaría recibir?

Actividades y Noticias de IRTRA Promociones Empleo
Constancias y cartas laborales Control de préstamos cafetería
Capacitaciones

Otros: Explique: _____

5. ¿Conoce que es la Intranet?

Sí No ¿Por qué?

6. Identifique los canales de comunicación más utilizados dentro de la organización:

Email Memos Cartas Circulares

Cartelera Whatsapp Llamada telefónica Intranet

7. ¿Es fácil contactarse con los demás colaboradores que tienen relación con su trabajo?

Siempre Algunas veces Nunca

8. ¿Tiene acceso a la información sobre aquellas cosas relacionadas a su trabajo?

Siempre Algunas veces Nunca

9. ¿Cuál es el canal de comunicación que usted prefiere para enviar información a sus compañeros de trabajo?

Voz a voz Email Teléfono Cartas Otros

10. ¿Cuál considera que es el medio más eficaz para recibir información?

Boletín Cartelera Reuniones Actas Cartas

Memos Circulares Eventos Intranet Email

Espacio de Opinión: Tema Intranet



Desarrollo de la actividad Focus Group en Oficinas de IRTRA



Realización del FODA de Intranet



Moderador de la actividad con los participantes.

Fuente propia



Participantes del Focus Group

Autorización de Práctica



INSTITUTO DE RECREACIÓN DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA PRIVADA DE GUATEMALA

GA/50/2018

Guatemala, 4 de abril 2018

LICENCIADO
LUIS PEDROZA
COORDINADOR DE EPS LICENCIATURA
ESCUELA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
PRESENTE.-

Estimado Lic. Pedroza:

Por este medio se hace constar que el alumno **Otto Fernando Meléndez Suruy** con número de registro académico 200821008, está autorizado para realizar su Ejercicio Profesional Supervisado "EPS", realizando un diagnóstico comunicacional para esta institución, el cual se utilizará para mejorar la comunicación interna.

Sin otro particular me suscribo de usted.

Atentamente,

Ing. Ramiro García Chiu
Gerente Administrativo y de RRHH



RGC/Arely
File practicantes

Oficinas Centrales IRTRA: 7ª. Av. 7-24 zona 9
PBX: 1501 www.irtra.org.gt

Registro de horas de Práctica



EPS
LICENCIATURA

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2018



Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Otto Fernando Meléndez Suruy
 No. Carné y DPI: 2008 21008 / 1660 23086 0101
 Jefe o Encargado (a): Licda. Arely Noriega / Asistente Administrativa
 Institución o Empresa: Instituto de Recreación de los Trabajadores de la Empresa Privada de Guatemala.

Supervisora de EPSL: Licda. Sandra Hernández

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 21 / Al: 25	Mayo	8	8	8	8	8	-	40 hrs.
2	Del: 28 / Al: 01	Mayo/ Junio	8	8	8	8	8	-	40 hrs.
3	Del: 04 / Al: 08	Junio	8	8	8	8	8	-	40 hrs.
4	Del: 11 / Al: 15	Junio	8	9	9	8	8	-	42 hrs.
5	Del: 18 / Al: 22	Junio	8	8	8	8	8	-	40 hrs.
6	Del: 25 / Al: 29	Junio	9	8	8	8	8	-	41 hrs.
7	Del: 02 / Al: 06	Julio	8	8	9	8	8	-	41 hrs.
8	Del: 09 / Al: 13	Julio	8	8	8	8	8	-	40 hrs.
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA ACUMULADAS									324 hrs.

(f) 
 Licenciada Arely Noriega
 Asistente Administrativa



(f) _____
 Licenciada Sandra Hernández
 Supervisora de EPSL