

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



**“ESTRATEGIAS PARA LA POTENCIACIÓN DE LOS CANALES DE  
COMUNICACIÓN EXISTENTES Y LA CREACIÓN DE NUEVOS  
MÉTODOS DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA ORGANIZACIÓN  
CRISTO REY”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentando al Honorable Consejo Directivo por:

**ERICK FERNANDO DÍAZ MÉNDEZ**

**CARNÉ: 200811492**

Previo a optar el título de:

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Guatemala, octubre de 2019

## **Consejo Directivo**

### **Director**

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

### **Representantes Docentes**

M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijilio

### **Representantes Estudiantiles**

Gabriela Eugenia Menegazzo

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

### **Representantes de Egresados**

M.A. Jhonny Michael González Bátres

### **Secretaria Administrativa**

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

### **Coordinador EPS Licenciatura**

M.A. Luis Arturo Pedroza Gaytán

### **Supervisores de EPS Licenciatura**

M.A. Evelin Lisseth Hernández Mazariegos

Lic. Josué Othoniel Andrade de la Cruz

Licda. Krista María Ramírez Nájera



**CRISTO REY**

INTERCESIÓN RESTAURACIÓN ADORACIÓN

*Una sola familia*



Guatemala, 7 de septiembre de 2019

M.A. Luis Pedroza

**Coordinador**

*Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura*

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Maestro Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que el estudiante epesista **ERICK FERNANDO DÍAZ MÉNDEZ** con número de carné: **200811492** de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en el **DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN**, cumpliendo con 333 horas efectivas de práctica comprendidas del **13 de MAYO** al **16 de JULIO** del año en curso; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto comunicacional: **"ESTRATEGIAS PARA LA POTENCIACIÓN DE LOS CANALES EXISTENTES Y LA CREACIÓN DE NUEVOS CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA ORGANIZACIÓN CRISTO REY"**, entregando el material respectivo y debidamente recibido por el Departamento Administrativo de la **ORGANIZACIÓN CRISTO REY**.

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

Atentamente,



**CRISTO REY**

*Una sola familia*

35 Av. 19-90 Zona 7 Villa Hermosa 1

San Miguel Petapa, Guatemala

Cesia Paola Santos Rodríguez

Gerente Administrativa

35 Avenida 19-90 zona 7 Colonia Villa Hermosa 1  
San Miguel Petapa, Guatemala

Teléfonos (502) 2448-3631 (502) 2480-6028

www.visioncristorey.org - pastormarvinsantos@hotmail.com



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



Guatemala, 2 de octubre de 2019

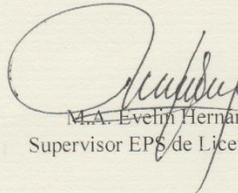
Estudiante  
Erick Fernando Díaz Méndez  
Carné: 200811492  
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

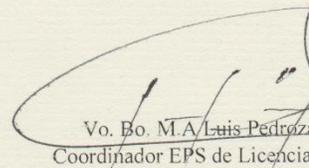
Por este medio informo a usted, que he revisado el informe final de su proyecto de EPS de Licenciatura con título: **“ESTRATEGIAS PARA LA POTENCIACIÓN DE LOS CANALES DE COMUNICACIÓN EXISTENTES Y LA CREACIÓN DE NUEVOS MÉTODOS DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA ORGANIZACIÓN CRISTO REY”**. El citado trabajo llena los requisitos del 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 del 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”

  
M.A. Evelyn Hernández  
Supervisor EPS de Licenciatura



  
Vo. Bo. M.A. Luis Pedroza  
Coordinador EPS de Licenciatura



Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad

[www.comunicacion.usac.edu.gt](http://www.comunicacion.usac.edu.gt)

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12. Teléfono: (502) 2418-8920 Telefax: (502) 2418-8910

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

## DEDICATORIAS

**A:**

**Dios:** Primeramente, por darme la oportunidad de estudiar; por poner en mi vida a cada una de las personas que de una u otra manera fueron parte de todo este proceso, por permitirme concluir esta anhelada carrera y hacer posible este momento tan importante de mi formación profesional y de mi vida.

**Mi Padre:** Federico Díaz, por enseñarme con su ejemplo el valor del esfuerzo en la vida, por sus sabios consejos que con el tiempo aprendí a valorar, por apoyarme incondicionalmente en mis aspiraciones profesionales, pero sobre todo por su paciencia.

**Mi Madre:** Magíster Elvia Méndez, por su gran amor, por enseñarme con su ejemplo el temor a Dios, por confiar ciegamente en mí y por mostrarme que las metas de la vida se logran con persistencia y sacrificio.

**Mis Hermanos:** David y Rodrigo Díaz, por formar parte de los sueños de nuestros padres, que con sacrificio, nos brindaron las oportunidades que ellos no tuvieron y porque sencillamente son parte fundamental en mi vida.

**Mi Novia:** Por compartir a mi lado la dicha de lograr esta meta profesional, por enseñarme a observar y disfrutar de las cosas simples y buenas de la vida, por su gran apoyo y ayuda incondicional para alcanzar mis objetivos, tanto en este proyecto como en mi vida.

**Mis Amigos:** Por haber compartido conmigo las maravillosas experiencias que regala la Universidad de San Carlos de Guatemala, a lo largo de la preparación de nuestra profesión.

## AGRADECIMIENTOS

**A:**

**Universidad de San Carlos de Guatemala:** Por darme la bienvenida al mundo de la educación superior, por los conocimientos adquiridos, por los momentos llenos de aprendizajes y por darme la oportunidad de formarme profesionalmente.

**Escuela de Ciencias de la Comunicación:** Por permitirme ser parte de esta gran unidad académica y albergar a los docentes que, con sus enseñanzas posibilitaron el conocimiento para desarrollar y finalizar mi carrera profesional.

**Departamento de EPSL:** Quienes en conjunto han dirigido esta práctica profesional, por su tiempo, su interés y orientación.

**M.A. Luis Arturo Pedroza:** Por el entusiasmo durante el proceso de la práctica; su dirección y colaboración que posibilitaron el desarrollo de este trabajo y por alentarnos a finalizar los proyectos que comenzamos.

**M.A. Evelin Lisseth Hernández:** Por haber guiado el desarrollo de este trabajo; gracias a sus conocimientos, experiencia y correcciones, hoy es posible culminar correctamente este proyecto.

**Organización Cristo Rey y Marvin Santos Flores:** Por abrirme las puertas y permitirme realizar sin ningún impedimento, ni inconveniente todo el proceso investigativo, de planificación y de ejecución de este proyecto dentro de sus instalaciones.

**Cesia Santos Rodríguez:** Por ser uno de los principales colaboradores de este proyecto durante todo el proceso, por facilitar esta práctica con su confianza y apoyo en todas las gestiones y permisos dentro de la organización.

## ÍNDICE

### CAPÍTULO I

RESUMEN.....	I
INTRODUCCIÓN .....	II
JUSTIFICACIÓN.....	III
<b>1. DIAGNÓSTICO.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO .....</b>	<b>1</b>
1.1.1. Objetivo general .....	1
1.1.2. Objetivos específicos.....	1
<b>1.2. LA INSTITUCIÓN – ORGANIZACIÓN CRISTO REY.....</b>	<b>1</b>
1.2.1. Ubicación Geográfica.....	1
1.2.2. Antecedentes .....	1
1.2.3. Departamentos.....	2
1.2.4. Misión.....	3
1.2.5. Visión .....	3
1.2.6. Objetivos Institucionales .....	3
1.2.7. Público Objetivo.....	4
1.2.8. Organigrama.....	5
<b>1.3. METODOLOGÍA.....</b>	<b>6</b>
1.3.1. Descripción del Método .....	6
1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección .....	8
1.3.3. Cronograma del diagnóstico.....	10
<b>1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS .....</b>	<b>11</b>
1.4.1. Análisis y resultados de la Observación.....	11
1.4.2. Ficha de las entrevistas.....	13
1.4.3. Resultado de las entrevistas.....	26
1.4.4. Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados.....	27
1.4.5. Gráficas e interpretaciones del resultado de las encuestas .....	28
<b>1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN .....</b>	<b>39</b>
1.5.1. Fortalezas .....	39

1.5.2.	Oportunidades .....	39
1.5.3.	Debilidades.....	39
1.5.4.	Amenazas .....	39

## **CAPÍTULO II**

<b>2.</b>	<b>PLAN DE COMUNICACIÓN.....</b>	<b>40</b>
2.1.	<b>ANTECEDENTES COMUNICACIONALES.....</b>	<b>40</b>
2.2.	<b>OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN .....</b>	<b>41</b>
2.2.1.	Objetivo General .....	41
2.2.2.	Objetivos Específicos.....	41
2.3.	<b>PÚBLICO OBJETIVO .....</b>	<b>41</b>
2.4.	<b>MENSAJE .....</b>	<b>41</b>
2.5.	<b>ESTRATEGIAS.....</b>	<b>42</b>
2.6.	<b>ACCIONES DE COMUNICACIÓN .....</b>	<b>46</b>

## **CAPÍTULO III**

<b>3.</b>	<b>INFORME DE EJECUCIÓN .....</b>	<b>52</b>
3.1.	<b>PROYECTO DESARROLLADO.....</b>	<b>52</b>
3.1.1.	Financiamiento.....	52
3.1.2.	Presupuesto.....	53
3.1.3.	Beneficiarios.....	56
3.1.4.	Recursos Humanos.....	57
3.1.5.	Áreas Geográficas de Acción.....	58
3.2.	<b>ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS .....</b>	<b>59</b>
3.3.	<b>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....</b>	<b>72</b>
3.4.	<b>CONTROL Y SEGUIMIENTO .....</b>	<b>74</b>
	<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>79</b>
	<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>81</b>
	<b>GLOSARIO DE TÉRMINOS.....</b>	<b>83</b>
	<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>89</b>
	<b>E GRAFÍA.....</b>	<b>90</b>
	<b>ANEXOS.....</b>	<b>91</b>

## RESUMEN

**Nombre de la institución:** Organización Cristo Rey

**Nombre del proyecto:** “Estrategias para la potenciación de los canales existentes y la creación de nuevos canales de comunicación interna de la Organización Cristo Rey”.

**Objetivo general:** Mejorar el proceso de comunicación interna de la Organización Cristo Rey con sus colaboradores.

**Objetivos específicos:**

- Diseñar un plan de comunicación con factibilidad operacional.
- Incrementar la interacción entre la organización y sus colaboradores.
- Reforzar la comunicación interna y los canales de comunicación actuales.
- Implementar nuevos canales de comunicación que se adapten al público objetivo.

**Sinopsis:**

El presente proyecto desarrollado tuvo como propósito el diseño, planificación y ejecución de estrategias de comunicación para mejorar la comunicación interna de la Organización Cristo Rey con sus colaboradores, para ello, se realizó una evaluación de la comunicación interna de la organización mediante un diagnóstico comunicacional, con la ayuda de técnicas de recolección como: observación directa, entrevistas y encuestas, las cuales permitieron descubrir los problemas de comunicación interna que afectan a la institución, así mismo, la completa disposición de la Organización Cristo Rey para llevar a cabo los planes con el objetivo de mejorar los procesos comunicativos con sus colaboradores dentro de la entidad. A continuación, se elaboró un plan de comunicación que contribuyó a determinar los canales adecuados para transmitir información, el público objetivo, las estrategias, los objetivos, los gastos de ejecución, la evaluación y todas las acciones necesarias en materia de comunicación para el proceso de ejecución.

Posteriormente se procedió a la ejecución de las estrategias y acciones establecidas en el plan de comunicación que permitieron la potenciación de los canales existentes y la creación de nuevos canales que se adaptaron al público objetivo; finalmente, se establecieron herramientas para el control y evaluación de las acciones como: encuestas en línea, listas de cotejo, base de datos, reporte de estadísticas y manual de uso, que posibilitaron la verificación del cumplimiento de los objetivos de las acciones.

## INTRODUCCIÓN

La comunicación es la base fundamental para poder satisfacer nuestras necesidades, por medio de la comunicación es posible transmitir y expresar pensamientos, ideas y deseos; la evolución y carácter social del ser humano sería imposible sin su capacidad de comunicarse y mantener relaciones con otros individuos de su entorno.

El presente informe, corresponde al desarrollo del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura (EPSL) de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala y comprende las diferentes etapas efectuadas por el Epesista en la Organización Cristo Rey.

El desarrollo de esta práctica profesional se realizó en el Departamento de Comunicación de la Organización Cristo Rey, el cual tiene como tarea fundamental la gestión de la comunicación de la institución y tiene como principal objetivo el diseño y planificación de las estrategias de comunicación que se deben realizar para cumplir los objetivos en conjunto con la Directiva de la organización.

Las organizaciones sin importar su índole y condición interaccionan con diferentes públicos para alcanzar sus metas, por lo tanto, es necesario el diseño de estrategias de comunicación para gestionar la comunicación en la organización. El objetivo de este proyecto es evaluar mediante un diagnóstico, las características comunicacionales de la Organización Cristo Rey, los problemas que afectan la comunicación interna, las necesidades comunicativas y las posibilidades que ofrece la organización para la implementación de técnicas y estrategias de comunicación, de esa manera, definir, planificar y ejecutar con fundamento, las aspiraciones, los objetivos, las estrategias y las acciones de comunicación necesarias para mejorar el proceso de comunicación interna de la Organización Cristo Rey con sus colaboradores.

## JUSTIFICACIÓN

El valor fundamental que tiene la comunicación interna es promover el compromiso de todos los colaboradores con la organización; es sumamente complicado que un personal que no sabe qué es la organización a la que pertenece, no conoce los objetivos de esta o hacia dónde se dirige la institución, se comprometa con la evolución de la entidad.

En la actualidad, las barreras en la comunicación son un problema muy común en las organizaciones, numerosas entidades buscan alternativas para solucionar este obstáculo, mediante comunicadores, consultores y agencias profesionales, quienes están en el deber de ofrecer servicios eficientes para lograr las metas organizacionales en cuestión de comunicación; en un mundo en el que es imprescindible una adecuada comunicación para la comprensión de las metas, la consecución de resultados o simplemente para transmitir una idea, se hace necesario y en cierto punto obligatorio desarrollar proyectos de estrategias de comunicación para que las organizaciones puedan establecer contacto apropiado con sus colaboradores.

El motivo de este proyecto comunicacional es hacer un aporte significativo a la Organización Cristo Rey, como respuesta a la necesidad de establecer vínculos con sus colaboradores, motivarlos, estimular relaciones sociales y promover procesos comunicativos internos que mejoren el ambiente laboral, con el objetivo de promover la transmisión de información y el compromiso e identidad de todos los que conforman la organización, es por eso, que las ideas, las estrategias y las acciones que figuran en este proyecto están enfocadas en solucionar problemas y satisfacer necesidades comunicacionales en beneficio de la institución. El fin del proyecto es contribuir con el establecimiento de nuevos parámetros comunicacionales que orienten de forma permanente la comunicación interna de la organización

# **CAPÍTULO I**

## **1. DIAGNÓSTICO**

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

#### 1.1.1. Objetivo general

- Desarrollar una evaluación de la comunicación interna de la Organización Cristo Rey.

#### 1.1.2. Objetivos específicos

- Examinar los canales de comunicación que utiliza la organización y su eficiencia.
- Analizar las opiniones de los colaboradores en materia comunicacional.
- Identificar los problemas de comunicación interna de la organización.

### **1.2. LA INSTITUCIÓN – ORGANIZACIÓN CRISTO REY**

#### 1.2.1. Ubicación Geográfica

35 avenida 19-90 zona 7 San Miguel Petapa, Colonia Villa Hermosa 1.

#### 1.2.2. Antecedentes

En el año 1987 se funda la organización bajo la cobertura de las Asambleas de Dios en Guatemala, a cargo del señor Juan Santos Rojas, la autoridad es delegada al señor Marvin Santos Flores, en el año 1993, quien solicita el reconocimiento de la personalidad jurídica y aprobación de las bases constitutivas de la organización el 4 de octubre del 2012 al ministerio de Gobernación, estableciéndose como entidad religiosa reconocida por las autoridades correspondientes.

La organización tiene como finalidad ayudar a hombres, mujeres y niños con agrupaciones afines, que buscan aportar al país y contribuir socialmente a través de jornadas médicas, capacitaciones o talleres y actividades de recreación, que fomente los valores cristianos y la unidad familiar.

En la actualidad la organización cuenta con más de 250 colaboradores voluntarios, quienes son dirigidos por un equipo de aproximante 60 personas quienes están al frente de las 15 áreas o departamentos que conforman la organización, estas áreas tienen como finalidad contribuir de manera dinámica, creativa y objetiva con la comunidad.

### 1.2.3. Departamentos

- Junta Directiva

Grupo de colaboradores de la organización encargado de asumir las funciones de representación de la ley, así como de la toma de decisiones.

- Consejo de Ancianos

Consejo conformado por hombres que asesoran y toman decisiones respecto al rumbo de la organización y su reglamento interno.

- Departamento Financiero

Equipo responsable de los recursos económicos de la organización, son los responsables de la preparación, coordinación de los presupuestos, captación de recursos, configuración de las condiciones financieras; administración general de los ingresos y egresos de la organización.

- Departamento Administrativo

Tiene como función la programación, organización, ejecución y control de cada una de las actividades de la planificación general de la organización.

- Departamento de comunicación

Responsables de transmitir la misión, visión, valores y objetivos de la organización a través de la comunicación interna y externa, con el fin de mejorar las relaciones entre departamentos y el flujo de información con los colaboradores.

- Departamento de construcción

Equipo de colaboradores que establecen estrategias y planes de trabajo con el fin de recaudar fondos para la construcción de nuevos edificios como también sustentar los gastos de los arreglos o modificaciones del edificio actual.

- Departamento de servidores

Grupo de colaboradores que se dedica al servicio general de la organización, atiende las diferentes situaciones que se presentan en las actividades programadas, además se encarga de enseñar y capacitar a todas las personas que deseen ser parte del equipo de trabajo.

- Dirección de áreas

Equipo de directores de las áreas que conforman la organización; trabajan en conjunto para proceder en una sola dirección y alcanzar los objetivos de la organización.

#### 1.2.4. Misión

Somos una organización religiosa no lucrativa que busca capacitar y apoyar a personas de la comunidad de Villa hermosa, San Miguel Petapa, por medio de talleres, actividades y charlas fundamentadas en los valores cristianos a través de la palabra de Dios.

#### 1.2.5. Visión

Ser una organización reconocida por su liderazgo en la comunidad por sus aportes al desarrollo del individuo y la familia que es la base fundamental de la sociedad.

#### 1.2.6. Objetivos Institucionales

- Predicar la palabra de Dios, la Santa Biblia.
- Capacitar a sus colaboradores para cumplir con los fines de la organización.
- Establecer centros de restauración, centros educativos y otros coadyuven para alcanzar sus fines según lo disponga los órganos de la administración.
- Fomentar la fe cristiana.

- Fomentar la unión familiar, así como la paternidad y maternidad responsables con base a los principios cristianos.
- Capacitar y desarrollar el potencial de las mujeres de la comunidad por medio de talleres de acuerdo a sus necesidades.
- Proveer herramientas que ayuden a que la niñez y la juventud de la comunidad alcance sus metas y objetivos.

#### 1.2.7. Público Objetivo

La comunidad de Villa Hermosa, San Miguel Petapa.

1.2.8. Organigrama

# Organigrama Cristo Rey

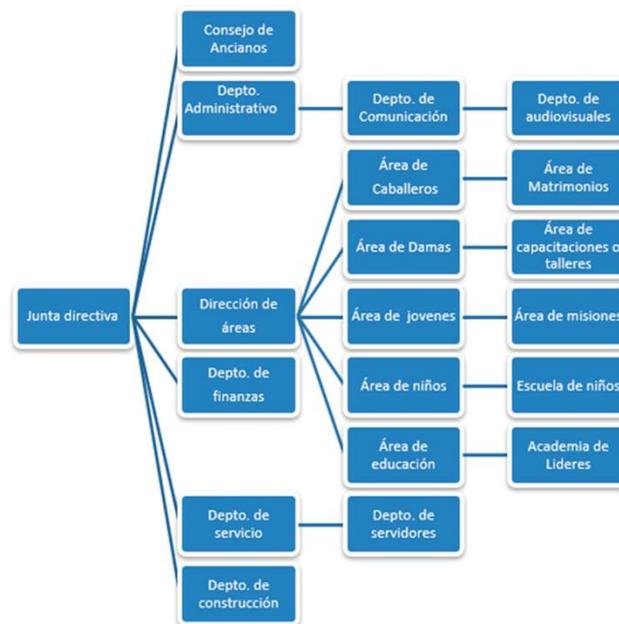


Imagen 1. Fuente: Archivo general, Organización Cristo Rey

### 1.3. METODOLOGÍA

La metodología es el procedimiento mediante el cual se emplea un conjunto de métodos y técnicas de investigación ordenadas y sistematizadas, que posibilita la obtención de información y datos ligados a una investigación.

La metodología abarca la explicación y demostración de las elecciones de los métodos asociados a la investigación y a lo que está en las posibilidades del investigador lleva a cabo (Behar, 2008).

#### 1.3.1. Descripción del Método

“El método es un procedimiento riguroso, de orden lógico, cuyo propósito es demostrar el valor de la verdad de ciertos enunciados. El vocablo método, proviene de las raíces: *meth*, que significa meta y, *odos*, que significa vía. Por tanto, el método es la vía para llegar a la meta.” (Behar, 2008, p.34).

#### Enfoque mixto

Este enfoque mezcla diferentes técnicas, tanto del enfoque cualitativo como del enfoque cuantitativo, con el fin de complementar y comprender de una mejor manera el objeto de investigación; para la recolección de datos combina elementos numéricos y no numéricos, de esa forma se amplía la visión del problema de investigación, Sampieri indica: “La meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales” (Sampieri, 2014, p.532).

#### Enfoque cuantitativo

El enfoque cuantitativo establece una relación objeto sujeto de la investigación, se caracteriza por operar con cantidades, su propósito es establecer semejanzas y diferencias en términos de proporcionales y fundamenta su base en la matemática y la estadística.

“En una investigación cuantitativa se intenta generalizar los resultados encontrados en un grupo o segmento (muestra) a una colectividad mayor (universo o población). También se busca que los estudios efectuados puedan replicarse.” (Sampieri, 2014, p.6).

Las técnicas e instrumentos tomados del enfoque cuantitativo son un aporte fundamental para el desarrollo del diagnóstico de comunicación interna de la Organización Cristo Rey, los cuales contribuyen a identificar las deficiencias comunicativas dentro de la entidad; se requiere de información y datos objetivos que expongan interpretaciones y análisis que sean de utilidad en materia comunicacional, para todo el personal que conforma la organización.

### Enfoque cualitativo

Apunta a las cualidades de las personas, es utilizado principalmente en las ciencias sociales, describe de forma minuciosa hechos y comportamientos que nos ayudan a entender y a interpretar los problemas sociales, permite estudiar la relación y el vínculo entre la persona y el fenómeno de investigación.

“Las investigaciones cualitativas se basan más en una lógica y proceso inductivo (explorar y describir, y luego generar perspectivas teóricas). Van de lo particular a lo general.” (Sampieri, 2014, p.8).

(Behar, 2008) El método cualitativo forma conclusiones mediante la observación y a través de la generalización del comportamiento examinado; sin que estas conclusiones y creencias se prueben en la realidad mediante la lógica.

El método cualitativo resulta en una ventaja, ya que, sin interferir con el método cuantitativo, sino por el contrario combinarse, contribuye a que, desde otro punto de vista del fenómeno, sume entendimiento y comprensión para obtener un diagnóstico comunicacional interno más completo y confiable.

### **1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección**

Para (Behar, 2008) las técnicas de recolección de datos nos llevan a confirmar si los problemas que hemos deducido son correctos, una investigación no puede existir sin dichas técnicas, las investigaciones son las que dictan qué tipo de técnicas y posteriormente qué herramientas son las necesarias para llevar a cabo la recopilación de datos.

“Un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso, dispositivo o formato (en papel o digital), que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información.” (Arias, 2012, p.68).

#### **Observación directa**

Es un método de recolección de datos que se basa en observar al fenómeno u objeto de estudio dentro de una situación particular, sin intervenir ni alterar el ambiente en el que el objeto o fenómeno se desenvuelve, es una técnica empírica que emplea instrumentos como un cuaderno de notas o una cámara fotográfica.

Arias (Arias, 2012) refiere que en la observación directa el investigador es neutral en la observación y no debe involucrarse en la atmosfera de la que es objeto de estudio.

Por medio de la observación directa, se obtuvo información del proceso de información en las reuniones informativas de la organización, la observación fue útil para identificar conductas y comportamientos por parte de todo el personal, que puedan propiciar un mal entendimiento de las instrucciones y distribución de la información y como resultado, deficiencias en la comunicación interna de la organización.

#### **Entrevista**

“La entrevista estructurada o formal es la que se realiza a partir de una guía prediseñada que contiene las preguntas que serán formuladas al entrevistado. En este caso, la misma guía de entrevista puede servir como instrumento para registrar las respuestas, aunque también puede emplearse el grabador o la cámara de video.” (Arias, 2012, p.73).

Mediante la entrevista estructurada se permite conocer la perspectiva de los colaboradores, respecto al fenómeno de estudio, que en este caso es la comunicación interna de la organización; se entrevistó a seis miembros de la Junta Directiva, para establecer una perspectiva del funcionamiento de la comunicación interna y las diferentes formas en las que ellos envían la información a los demás colaboradores a su cargo y la claridad con la que ellos reciben la información por parte de la administración. Así mismo mediante una entrevista semiestructurada se obtuvo información por parte de la Gerente Administrativa de la organización para identificar el manejo de las instrucciones, la transmisión de la información y la retroalimentación con los colaboradores más cercanos.

### **Encuesta**

El cuestionario cerrado es el que establece con antelación las opciones de respuesta que el encuestado debe elegir según sea el caso que más se acerque a su opinión (Arias, 2012).

El cuestionario es un elemento clave para la recolección de datos, de su correcta elaboración dependen los resultados del estudio o investigación, se debe conocer el tema a tratar para formular las preguntas y las opciones de respuesta adecuadas, debe ser claro y conciso en la redacción y evitar ambigüedades, de esa manera se podrá adquirir la información necesaria por parte del grupo denominado muestra.

Se realizaron encuestas a un total de 28 colaboradores de la Organización Cristo Rey, de forma aleatoria, con el objetivo de conocer los canales de comunicación utilizados por la entidad para trasladar información y conocer la opinión del grupo respecto a la efectividad de la comunicación interna, su identificación con la organización, comunicación con otras áreas y los canales que ellos utilizan frecuentemente para estar comunicados.

### 1.3.3. Cronograma del diagnóstico

		Cronograma					
Mes		Enero			Febrero		
Actividades		Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 1	Semana 2	Semana 3
1	Propedéutico del diagnóstico.						
2	Confirmación de realización de EPS en Organización Cristo Rey.						
3	Presentación con equipo de colaboradores.						
4	Elaboración de fichas de observación, entrevista y encuestas						
5	Observación directa de reunión informativa de la organización.						
6	Entrevista Gerente Administrativa.						
7	Entrevista a Junta Directiva y encuesta a colaboradores.						
8	Elaboración de diagnóstico de comunicación interna de la Organización Cristo Rey						

Tabla 1. Fuente: elaboración propia.

## 1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

### 1.4.1. Análisis y resultados de la Observación

Durante la observación realizada se pudo verificar que las reuniones inician puntualmente a las 7:30 de la noche, la organización establece un horario que se ajuste a la agenda de los asistentes, debido a que la mayoría trabaja y posteriormente hacen voluntariado en la organización; existe una oficina destinada para la reunión de información, se colocan sillas alrededor de una mesa y en ocasiones se utiliza un pizarrón o una cañonera, a dicha reunión asisten el Director General, la Gerente Administrativa y los Directores de las diferentes áreas de la organización, se hace entrega de una hoja a la que llaman *agenda*, que contiene los puntos a tratar de manera cronológica durante la reunión; El Director General informa, explica y desarrolla detalladamente los temas, luego invita a los asistentes a participar y a preguntar si se presenta alguna duda; algunos directores de área reflejan cansancio durante la reunión, esto evidencia dificultad para concentrarse o prestar atención, ciertos asistentes toman notas durante el desarrollo de los temas, otros solicitan aclaración de un asunto específico o que se les resuelvan dudas, se pudo observar desacuerdo entre directores de áreas en la realización de algunas actividades por lo cual proponen cambios, este patrón se prolonga hasta agotar cada uno de los puntos de la *agenda* de la reunión.

Al finalizar con la *agenda*, se permite a los asistentes, de manera ordenada, externar necesidades y/o logros que presenta el área o departamento que dirige, además de opiniones y sugerencias para beneficio de las actividades y de la organización; los directores de área permanecen hasta finalizar la reunión, que dura aproximadamente una hora y media, los asistentes se llevan consigo la hoja llamada *agenda*, que posteriormente utilizarán como guía para trasladar la información a sus colaboradores. Al concluir la reunión, los directores se agrupan con directores de otras áreas para coordinar el desarrollo de alguna actividad que involucre a varios departamentos.

Se puede concluir que las reuniones informativas se desarrollan en un ambiente de respeto, permite la interacción entre los asistentes y la retroalimentación, los materiales utilizados refuerzan el contenido que se expone durante la reunión; se identificaron los siguientes problemas:

- No todos los directores están presentes al inicio de la reunión por atrasos en el tránsito.

- El cansancio dificulta la concentración y atención de los asistentes.
- En ocasiones el tono de voz del Director General es bajo.
- Algunas veces el Director General se desvía del punto informativo.
- No hay control para saber si la información recibida por los directores es llevada a los colaboradores.

#### 1.4.2. Ficha de las entrevistas

Fecha: 3/2/2019

Tipo de entrevista: Estructurada

Objetivo de la entrevista: Recopilación de información acerca de comunicación interna.

Entrevistados: 6 miembros de la Junta Directiva de la Organización Cristo Rey.



Esta entrevista tiene como finalidad recopilar información acerca de la comunicación interna de esta organización; se le agradecería leer atentamente la introducción, luego cada una de las siguientes preguntas y responder con la mayor sinceridad posible:

**Introducción:** La comunicación interna: abarca todos los mensajes dirigidos a los colaboradores internos a través de diferentes canales; se encarga de transmitir correctamente los objetivos y valores estratégicos que promueve la organización a los miembros de ésta, lo cual genera una cultura de apropiación, fidelidad y sentido de pertenencia hacia la organización.

Nombre: José Luis Batres Contreras      Cargo: Vicepresidente

Fecha de la entrevista: 3 de febrero de 2019

Objetivo: Recabar información respecto a la comunicación interna de la organización de quienes reciben la información de primera mano.

1. ¿Cuál considera que es el principal problema de comunicación en la organización?

2. ¿Cuáles son los medios por los cuales usted recibe información de la organización?

(Marque con una "X").

Mensaje de texto	Reuniones informativas	
Llamada telefónica	Cartelera de anuncios	
Boletines	Calendario de actividades	
Mantas publicitarias	WhatsApp	
Redes sociales	De boca en boca	

3. ¿Considera que los canales de comunicación interna que utiliza la organización son los adecuados?

Si\_\_\_ No\_\_\_

¿Por qué?



# EPS

LICENCIATURA



4. ¿La información recibida por parte de la organización es clara y fácil de trasladar a los demás colaboradores?

Si \_\_\_ No \_\_\_

¿Por qué?

5. ¿Cuáles son los medios por los cuales usted envía información de la organización?

(Marque con una "X").

Mensaje de texto		Reuniones informativas	
Llamada telefónica		Cartelera de anuncios	
Boletines		Calendario de actividades	
Mantas publicitarias		WhatsApp	
Redes sociales		De boca en boca	

Otros:

6. Si usted pudiera mejorar algo en la comunicación interna de la organización, ¿Qué sería?

7. ¿Conoce las metas y los objetivos de la organización?

Si \_\_\_ No \_\_\_

8. ¿Considera efectiva la comunicación interna de la organización?

Si \_\_\_ No \_\_\_

¿Por qué?



# EPS

LICENCIATURA



Esta entrevista tiene como finalidad recopilar información acerca de la comunicación interna de esta organización; se le agradecería leer atentamente la introducción, luego cada una de las siguientes preguntas y responder con la mayor sinceridad posible:

**Introducción: La comunicación interna:** abarca todos los mensajes dirigidos a los colaboradores internos a través de diferentes canales; se encarga de transmitir correctamente los objetivos y valores estratégicos que promueve la organización a los miembros de ésta, lo cual genera una cultura de apropiación, fidelidad y sentido de pertenencia hacia la organización.

Nombre: Evelyn Rocio Ramírez Hernández. Cargo: Vocal III

Fecha de la entrevista: 3 de febrero de 2019

Objetivo: Recabar información respecto a la comunicación interna de la organización de quienes reciben la información de primera mano.

1. ¿Cuál considera que es el principal problema de comunicación en la organización?
2. ¿Cuáles son los medios por los cuales usted recibe información de la organización?  
(Marque con una "X").

Mensaje de texto		Reuniones informativas	
Llamada telefónica		Cartelera de anuncios	
Boletines		Calendario de actividades	
Mantas publicitarias		WhatsApp	
Redes sociales		De boca en boca	

3. ¿Considera que los canales de comunicación interna que utiliza la organización son los adecuados?  
Si \_\_\_ No \_\_\_  
¿Por qué?



**EPS**  
LICENCIATURA



4. ¿La información recibida por parte de la organización es clara y fácil de trasladar a los demás colaboradores?

Si \_\_\_ No \_\_\_

¿Por qué?

5. ¿Cuáles son los medios por los cuales usted envía información de la organización?

(Marque con una "X").

Mensaje de texto		Reuniones informativas	
Llamada telefónica		Cartelera de anuncios	
Boletines		Calendario de actividades	
Mantas publicitarias		WhatsApp	
Redes sociales		De boca en boca	

Otros:

6. Si usted pudiera mejorar algo en la comunicación interna de la organización, ¿Qué sería?

7. ¿Conoce las metas y los objetivos de la organización?

Si \_\_\_ No \_\_\_

8. ¿Considera efectiva la comunicación interna de la organización?

Si \_\_\_ No \_\_\_

¿Por qué?

Esta entrevista tiene como finalidad recopilar información acerca de la comunicación interna de esta organización; se le agradecería leer atentamente la introducción, luego cada una de las siguientes preguntas y responder con la mayor sinceridad posible:

**Introducción: La comunicación interna:** abarca todos los mensajes dirigidos a los colaboradores internos a través de diferentes canales; se encarga de transmitir correctamente los objetivos y valores estratégicos que promueve la organización a los miembros de ésta, lo cual genera una cultura de apropiación, fidelidad y sentido de pertenencia hacia la organización.

Nombre: Aura Marina Hernández Morales. Cargo: Tesorera

Fecha de la entrevista: 3 de febrero de 2019

Objetivo: Recabar información respecto a la comunicación interna de la organización de quienes reciben la información de primera mano.

1. ¿Cuál considera que es el principal problema de comunicación en la organización?
2. ¿Cuáles son los medios por los cuales usted recibe información de la organización?  
(Marque con una "X").

Mensaje de texto		Reuniones informativas	
Llamada telefónica		Cartelera de anuncios	
Boletines		Calendario de actividades	
Mantas publicitarias		WhatsApp	
Redes sociales		De boca en boca	

3. ¿Considera que los canales de comunicación interna que utiliza la organización son los adecuados?

Si\_\_\_ No\_\_\_

¿Por qué?



**EPS**  
LICENCIATURA



4. ¿La información recibida por parte de la organización es clara y fácil de trasladar a los demás colaboradores?

Si \_\_\_ No \_\_\_

¿Por qué?

5. ¿Cuáles son los medios por los cuales usted envía información de la organización?

(Marque con una "X").

Mensaje de texto	Reuniones informativas	
Llamada telefónica	Cartelera de anuncios	
Boletines	Calendario de actividades	
Mantas publicitarias	WhatsApp	
Redes sociales	De boca en boca	

Otros:

6. Si usted pudiera mejorar algo en la comunicación interna de la organización, ¿Qué sería?

7. ¿Conoce las metas y los objetivos de la organización?

Si \_\_\_ No \_\_\_

8. ¿Considera efectiva la comunicación interna de la organización?

Si \_\_\_ No \_\_\_

¿Por qué?

Esta entrevista tiene como finalidad recopilar información acerca de la comunicación interna de esta organización; se le agradecería leer atentamente la introducción, luego cada una de las siguientes preguntas y responder con la mayor sinceridad posible:

**Introducción:** La comunicación interna: abarca todos los mensajes dirigidos a los colaboradores internos a través de diferentes canales; se encarga de transmitir correctamente los objetivos y valores estratégicos que promueve la organización a los miembros de ésta, lo cual genera una cultura de apropiación, fidelidad y sentido de pertenencia hacia la organización.

Nombre: Joel Mardoqueo López Guerrero. Cargo: Vocal I

Fecha de la entrevista: 3 de febrero de 2019

Objetivo: Recabar información respecto a la comunicación interna de la organización de quienes reciben la información de primera mano.

1. ¿Cuál considera que es el principal problema de comunicación en la organización?
2. ¿Cuáles son los medios por los cuales usted recibe información de la organización?  
(Marque con una "X").

Mensaje de texto		Reuniones informativas	
Llamada telefónica		Cartelera de anuncios	
Boletines		Calendario de actividades	
Mantas publicitarias		WhatsApp	
Redes sociales		De boca en boca	

3. ¿Considera que los canales de comunicación interna que utiliza la organización son los adecuados?  
Si\_\_\_ No\_\_\_  
¿Por qué?



**EPS**  
LICENCIATURA



4. ¿La información recibida por parte de la organización es clara y fácil de trasladar a los demás colaboradores?

Si \_\_\_ No \_\_\_

¿Por qué?

5. ¿Cuáles son los medios por los cuales usted envía información de la organización?

(Marque con una "X").

Mensaje de texto	Reuniones informativas	
Llamada telefónica	Cartelera de anuncios	
Boletines	Calendario de actividades	
Mantas publicitarias	WhatsApp	
Redes sociales	De boca en boca	

Otros:

6. Si usted pudiera mejorar algo en la comunicación interna de la organización, ¿Qué sería?

7. ¿Conoce las metas y los objetivos de la organización?

Si \_\_\_ No \_\_\_

8. ¿Considera efectiva la comunicación interna de la organización?

Si \_\_\_ No \_\_\_

¿Por qué?

Esta entrevista tiene como finalidad recopilar información acerca de la comunicación interna de esta organización; se le agradecería leer atentamente la introducción, luego cada una de las siguientes preguntas y responder con la mayor sinceridad posible:

**Introducción: La comunicación interna:** abarca todos los mensajes dirigidos a los colaboradores internos a través de diferentes canales; se encarga de transmitir correctamente los objetivos y valores estratégicos que promueve la organización a los miembros de ésta, lo cual genera una cultura de apropiación, fidelidad y sentido de pertenencia hacia la organización.

Nombre: Beatriz Baján de López. Cargo: Secretaria General

Fecha de la entrevista: 3 de febrero de 2019

Objetivo: Recabar información respecto a la comunicación interna de la organización de quienes reciben la información de primera mano.

1. ¿Cuál considera que es el principal problema de comunicación en la organización?
2. ¿Cuáles son los medios por los cuales usted recibe información de la organización?  
(Marque con una "X").

Mensaje de texto	<input type="checkbox"/>	Reuniones informativas	<input type="checkbox"/>
Llamada telefónica	<input type="checkbox"/>	Cartelera de anuncios	<input type="checkbox"/>
Boletines	<input type="checkbox"/>	Calendario de actividades	<input type="checkbox"/>
Mantas publicitarias	<input type="checkbox"/>	WhatsApp	<input type="checkbox"/>
Redes sociales	<input type="checkbox"/>	De boca en boca	<input type="checkbox"/>

3. ¿Considera que los canales de comunicación interna que utiliza la organización son los adecuados?

Si \_\_\_ No \_\_\_

¿Por qué?



**EPS**  
LICENCIATURA



4. ¿La información recibida por parte de la organización es clara y fácil de trasladar a los demás colaboradores?

Si\_\_\_ No\_\_\_

¿Por qué?

5. ¿Cuáles son los medios por los cuales usted envía información de la organización?

(Marque con una "X").

Mensaje de texto	<input type="checkbox"/>	Reuniones informativas	<input type="checkbox"/>
Llamada telefónica	<input type="checkbox"/>	Cartelera de anuncios	<input type="checkbox"/>
Boletines	<input type="checkbox"/>	Calendario de actividades	<input type="checkbox"/>
Mantas publicitarias	<input type="checkbox"/>	WhatsApp	<input type="checkbox"/>
Redes sociales	<input type="checkbox"/>	De boca en boca	<input type="checkbox"/>

Otros:

6. Si usted pudiera mejorar algo en la comunicación interna de la organización, ¿Qué sería?

7. ¿Conoce las metas y los objetivos de la organización?

Si\_\_\_ No\_\_\_

8. ¿Considera efectiva la comunicación interna de la organización?

Si\_\_\_ No\_\_\_

¿Por qué?

Esta entrevista tiene como finalidad recopilar información acerca de la comunicación interna de esta organización; se le agradecería leer atentamente la introducción, luego cada una de las siguientes preguntas y responder con la mayor sinceridad posible:

**Introducción:** La **comunicación interna**: abarca todos los mensajes dirigidos a los colaboradores internos a través de diferentes canales; se encarga de transmitir correctamente los objetivos y valores estratégicos que promueve la organización a los miembros de ésta, lo cual genera una cultura de apropiación, fidelidad y sentido de pertenencia hacia la organización.

Nombre: Rudy Wilfredo Morales. Cargo: Vocal II

Fecha de la entrevista: 3 de febrero de 2019

Objetivo: Recabar información respecto a la comunicación interna de la organización de quienes reciben la información de primera mano.

1. ¿Cuál considera que es el principal problema de comunicación en la organización?

2. ¿Cuáles son los medios por los cuales usted recibe información de la organización?

(Marque con una "X").

Mensaje de texto	Reuniones informativas	
Llamada telefónica	Cartelera de anuncios	
Boletines	Calendario de actividades	
Mantas publicitarias	WhatsApp	
Redes sociales	De boca en boca	

3. ¿Considera que los canales de comunicación interna que utiliza la organización son los adecuados?

Si \_\_\_ No \_\_\_

¿Por qué?

4. ¿La información recibida por parte de la organización es clara y fácil de trasladar a los demás colaboradores?

Si \_\_\_ No \_\_\_

¿Por qué?

5. ¿Cuáles son los medios por los cuales usted envía información de la organización?

(Marque con una "X").

Mensaje de texto		Reuniones informativas	
Llamada telefónica		Cartelera de anuncios	
Boletines		Calendario de actividades	
Mantas publicitarias		WhatsApp	
Redes sociales		De boca en boca	

Otros:

6. Si usted pudiera mejorar algo en la comunicación interna de la organización, ¿Qué sería?

7. ¿Conoce las metas y los objetivos de la organización?

Si \_\_\_ No \_\_\_

8. ¿Considera efectiva la comunicación interna de la organización?

Si \_\_\_ No \_\_\_

¿Por qué?

Fecha: 3/2/2019

Tipo de entrevista: Semiestructurada

Objetivo de la entrevista: Recopilación de información acerca de comunicación interna.

Entrevistada: Gerente administrativa de la Organización Cristo Rey.



Esta entrevista tiene como finalidad recopilar información acerca de la comunicación interna de esta organización.

**Introducción: La comunicación interna:** abarca todos los mensajes dirigidos a los colaboradores internos a través de diferentes canales; se encarga de transmitir correctamente los objetivos y valores estratégicos que promueve la organización a los miembros de ésta, lo cual genera una cultura de apropiación, fidelidad y sentido de pertenencia hacia la organización.

Edad: \_\_\_\_ Sexo: M  F  Antigüedad en la organización (en años): \_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_

1. ¿Cómo describe la comunicación interna de la Organización?
2. ¿Cuáles son las metas de la Organización en materia de comunicación interna?
3. ¿De qué manera se traslada la información para llegue a todos los colaboradores?
4. ¿Algún problema que usted haya identificado para trasladar la información?

### 1.4.3. Resultado de las entrevistas

Una vez recopilada la información a través de las entrevistas estructuradas se procede a presentar los resultados respecto a las opiniones de la Junta Directiva de la organización, con el fin de identificar unidades de pensamiento que aportan al fenómeno de estudio en cuestión, se encontraron puntos de encuentro como también disensos, miembros que aportaron nueva información y otras que reforzaron ideas ya establecidas.

El discurso del personal de la Junta Directiva que fue entrevistado indica que existen diferentes problemas de comunicación cuando se refieren a la totalidad de la organización, sin embargo, dicho grupo por ser receptor de información de primera mano, considera que la información que recibe es por los medios adecuados, así mismo, expresan sus deseos por mejorar más de un aspecto de la comunicación interna.

La recogida de información por medio de la técnica de la entrevista semiestructurada a la Gerente Administrativa, revela la disposición de la organización por mejorar aspectos de la comunicación y señala puntos importantes relativos al amplio rango de edades en los colaboradores; existe incertidumbre por la falta de certeza acerca del flujo de información y el alcance de la información, así mismo, se evidencia la ausencia de propuestas de estrategias comunicativas que solucionen las deficiencias en el intercambio de información que ya se han detectado anteriormente.

1.4.4. Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados

Entrevistados	Puntos de encuentro	Disensos
Junta Directiva de la Organización Cristo Rey.	Los canales de comunicación que la organización utiliza para comunicarse con la Junta Directiva son adecuados	No coinciden en el principal problema de comunicación de la organización
	Reciben información en la reunión informativa semanal	Diferentes opiniones respecto a la manera de mejorar la comunicación interna de la organización
	Consideran que sí existen problemas de comunicación en la organización	Desacuerdo en relación a la efectividad de la comunicación interna de la organización
	Transmiten información a través de mensajería instantánea	Envío de información por diferentes canales.
	La información que ellos reciben es clara	No todos conocen las metas y los objetivos de la organización

Tabla 2. Fuente: elaboración propia.

#### 1.4.5. Gráficas e interpretaciones del resultado de las encuestas

El objetivo del cuestionario era conocer la percepción de los colaboradores de la organización respecto a la comunicación interna, para obtener información útil que permita sacar conclusiones y realizar un diagnóstico comunicacional interno de la organización.

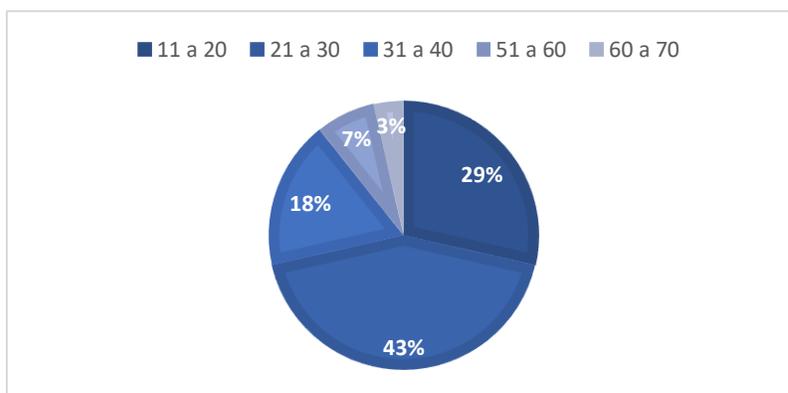
Para obtener información y datos para el diagnóstico comunicacional, se encuestó a 28 colaboradores dentro de las instalaciones de la Organización Cristo Rey, la elección de la muestra se realizó al azar; el cuestionario se compone de 13 preguntas, a continuación, se exponen los resultados.

Edad:

Edad		
11 – 20 años	8	29%
21 – 30 años	12	43%
31 – 40 años	5	18%
51 – 60 años	2	7%
61 – 70 años	1	3%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

Tabla 3. Fuente: elaboración propia

**Gráfica 1**



Gráfica 1. Fuente: elaboración propia.

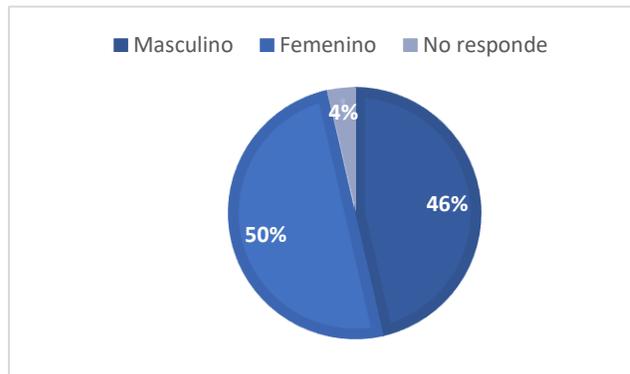
Dentro de los datos obtenidos se distingue el rango de edades de 21 a 30 años con un 43 % del total de la muestra, en las edades comprendidas entre 11 y 20 años de edad encontramos un 29 %, en edades de 31 a 40 años se percibe el 18 %, el rango de edades de menor participación entre los encuestados fue en las edades que abarcan de los 51 a los 60 años y de 61 a 70 años con un porcentaje de 7 % y 3 % respectivamente.

Sexo:

Sexo		
Masculino	13	46%
Femenino	14	50%
No responde	1	4%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

Tabla 4. Fuente: elaboración propia.

**Gráfica 2**



Gráfica 2. Fuente: elaboración propia.

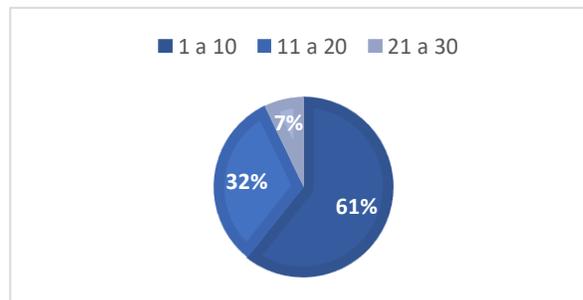
De acuerdo a la encuesta el 50 % de la muestra lo comprende el género femenino, por un 46 % del género masculino y el 4 % restante no respondió.

Antigüedad en la organización:

Antigüedad en la organización		
1 – 10 años	17	61%
11 – 20 años	9	32%
21 – 30 años	2	7%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

Tabla 5. Fuente: elaboración propia.

**Gráfica 3**



Gráfica 3. Fuente: elaboración propia.

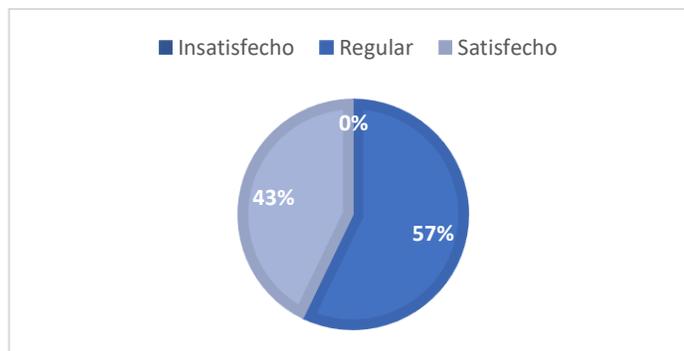
Según los datos que expone la encuesta, el 61 % de los colaboradores tiene entre 1 y 10 años de antigüedad en la organización, lo cual indica la constancia de las personas dentro de la institución en los últimos años respecto al 32 % que representan las personas que colaboran con la organización con entre 11 y 20 años de antigüedad y del restante 7 % de entre 21 y 30 años de colaboración.

1. ¿Cuál es su grado de satisfacción con la comunicación interna de la organización con sus colaboradores?

**Gráfica 4**

Respuesta	Encuestados	%
Insatisfecho	0	0%
Regular	16	57%
Satisfecho	12	43%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

Tabla 6. Fuente: elaboración propia.



Gráfica 4. Fuente: elaboración propia.

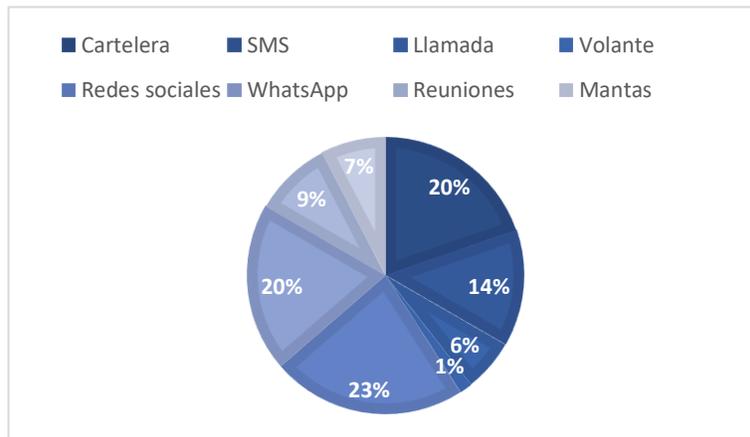
El 57 % de los colaboradores encuestados consideran regular la comunicación interna de la organización, esto refleja que en algún momento han tenido inconvenientes en una situación de intentar comunicarse con otros colaboradores, directores de área o Junta Directiva para solicitar información, el restante 43 % indicó que sí se consideran satisfechos con la comunicación interna, por lo que podemos concluir que la comunicación no llega al porcentaje apropiado para un correcto cumplimiento de las instrucciones.

2. Indique cuáles de las siguientes herramientas de comunicación son de interés para usted:

Respuesta	Votos	Porcentaje
Cartelera de anuncios	13	20%
Mensaje de texto	9	14%
Llamada telefónica	4	6%
Volante	1	1%
Redes sociales	15	23%
WhatsApp	13	20%
Reuniones informativas	6	9%
Mantas publicitarias	5	7%
<b>Total</b>	<b>66 votos</b>	<b>100%</b>

Tabla 7. Fuente: elaboración propia.

**Gráfica 5**



Gráfica 5. Fuente: elaboración propia.

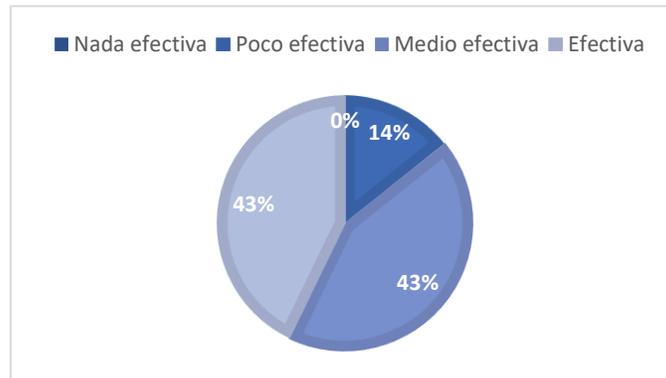
El 23 % de votos por parte de los encuestados, reflejan como canal de comunicación de más interés, las redes sociales, la Organización Cristo Rey cuenta con una fanpage en *Facebook* con una comunidad de más de 800 seguidores, es evidente que esta red social es una oportunidad que podría mostrar resultados eficaces; el 20 % de los votos muestran que la cartelera de anuncios también es de interés; otro 20 % alcanzado por los votos, señala que es de su interés la red de mensajería instantánea *WhatsApp*, lo cual es algo significativo, pues es una red que puede ser aprovechada en beneficio de la comunicación de la organización; 14 % de las elecciones de los encuestados fue para los mensajes de texto; el siguiente 9 % muestra que las reuniones informativas no son de mucho interés para los colaboradores, existen factores como el tiempo, que pueden influir en esta falta de elección; las mantas publicitarias reflejaron el 7 % del total de los votos, la llamada telefónica el 6 %, y por último el volante, es la herramienta de menos interés para los colaboradores.

3. Valore el grado de efectividad que tienen las herramientas de comunicación interna utilizadas por la organización:

Respuesta	Encuestados	%
Nada efectiva	0	0%
Poco efectiva	4	14%
Medio efectiva	12	43%
Efectiva	12	43%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

Tabla 8. Fuente: elaboración propia.

**Gráfica 6**



Gráfica 6. Fuente: elaboración propia.

Respecto a la efectividad que tienen las herramientas que usa la organización para comunicarse, enviar y recibir información, nuevamente se evidencia un desacuerdo, puesto que el 43 % de los encuestados señala que las herramientas son efectivas, que dichas herramientas funcionan para ellos informarse y comunicarse; otro 43 % cree que la efectividad de dichas herramientas es regular y un 14 % indica que son poco efectivas.

4. ¿La comunicación de la organización logra que se sienta parte de la organización y se comprometa con los objetivos de ésta?

**Gráfica 7**

Respuesta	Encuestados	%
Nunca	0	0%
En ocasiones	16	57%
Siempre	12	43%
Total	28	100%

Tabla 9. Fuente: elaboración propia.



Gráfica 7. Fuente: elaboración propia.

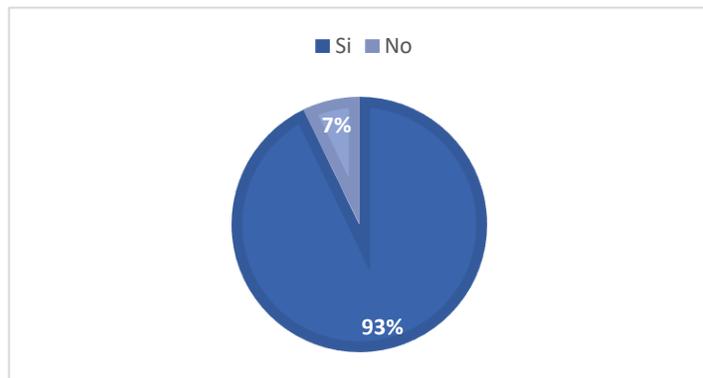
Uno de los pilares de la comunicación interna es hacer que los colaboradores de la organización se sientan parte de ella, de esa manera pueden entender los objetivos que busca la entidad y comprometerse en alcanzarlos, esta opinión es de suma importancia, pues de la identidad del colaborador surge una adecuada disposición a realizar sus tareas y responsabilidades; el 57 % de los encuestados señaló que solo en algunas ocasiones se siente parte de la organización, por el contrario, el 43 % mencionó siempre sentirse parte de la organización; sin lugar a duda, es un descubrimiento que se debe tomar en cuenta para lograr los objetivos comunicacionales de la institución.

5. ¿La comunicación interna de la organización le permite conocer los valores de la organización?

**Gráfica 8**

Respuesta	Encuestados	%
Si	26	93%
No	2	7%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

Tabla 10. Fuente: elaboración propia.



Gráfica 8. Fuente: elaboración propia.

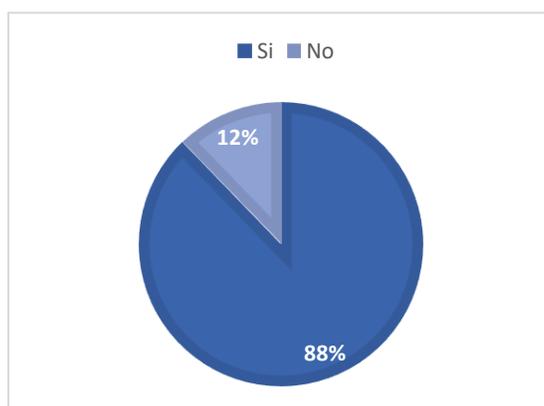
Conocer los valores de la organización permite un factor importante para la identidad de los colaboradores con la entidad, como refleja la encuesta, el 93 % de las personas señala conocer los valores de la organización y solo el 7 % indicó no conocerla.

6. ¿La comunicación interna de la organización le permite conocer y entender la visión?

Respuesta	Encuestados	%
Si	23	88%
No	5	12%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

Tabla 11. Fuente: elaboración propia.

**Gráfica 9**



Gráfica 9. Fuente: elaboración propia.

Según los datos reflejados por el cuestionario, el 88 % de los encuestados, tiene conocimiento y entendimiento de la visión de la organización, es un dato que señala los aspectos en que se ha logrado un buen porcentaje de impacto; por otra parte, solo un 12 % indicó no conocer la visión por medio de la comunicación interna de la organización.

7. ¿La comunicación interna de la organización le permite conocer las actividades o eventos de la organización?

**Gráfica 10**

Respuesta	Encuestados	%
Si	15	53%
En ocasiones	12	43%
No	1	4%
Total	28	100%

Tabla 12. Fuente: elaboración propia.



Gráfica 10. Fuente: elaboración propia.

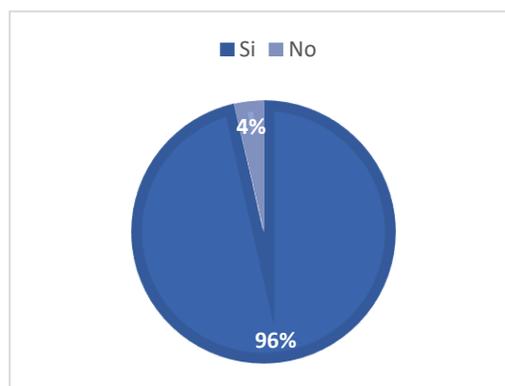
El 53 % de las personas encuestadas manifiesta que la comunicación interna les permite enterarse de las actividades que la organización planifica llevar a cabo; un significativo 43 % expresa que solo en ocasiones llega a ellos la información de los eventos que se realizarán y el restante 4 % indica que no se entera, esto revela que muchas personas, casi el 50 %, no conocen las actividades y eventos programados en la organización.

### Gráfica 11

8. ¿Utiliza redes sociales?

Respuesta	Encuestados	%
Si	27	96%
No	1	4%
Total	28	100%

Tabla 13. Fuente: elaboración propia.



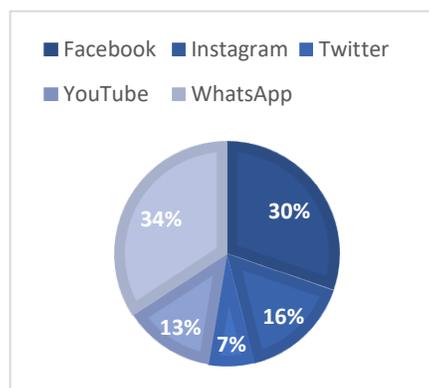
Gráfica 11. Fuente: elaboración propia.

¿Cuáles?

Respuesta	Votos	%
Facebook	23	30%
Instagram	12	16%
Twitter	5	7%
YouTube	10	13%
WhatsApp	26	34%
Total	76 votos	100%

Tabla 14. Fuente: elaboración propia.

### Gráfica 12



Gráfica 12. Fuente: elaboración propia.

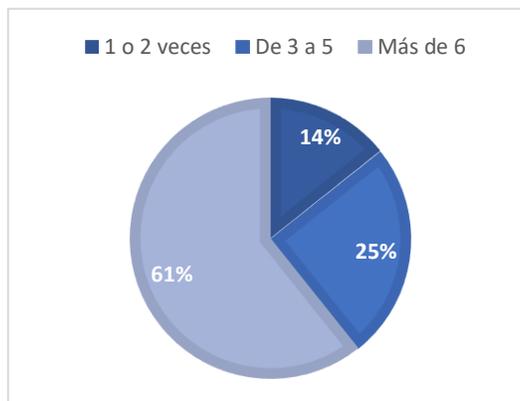
En la actualidad, las redes sociales son un factor muy importante para la comunicación de cualquier institución, los datos de los encuestas revelaron que el 96 % de las personas sí utilizan al menos una red social; la red más utilizada por el grupo es la de mensajería *WhatsApp*, un dato que permitirá conocer la viabilidad de las propuestas de estrategias de comunicación que surjan en conjunto con la dirección de la organización; un 30 % de los votos fueron para *Facebook*, 16 % para *Instagram*, solo 13 % para *YouTube* y únicamente 7 % utiliza *Twitter*.

9. ¿Con qué frecuencia revisa sus redes sociales? (Veces al día)

**Gráfica 13**

Respuesta	Encuestados	%
1 o 2	4	14%
3 a 5	7	25%
Más de 6	17	61%
Total	28	100%

Tabla 15. Fuente: elaboración propia.



Gráfica 13. Fuente: elaboración propia.

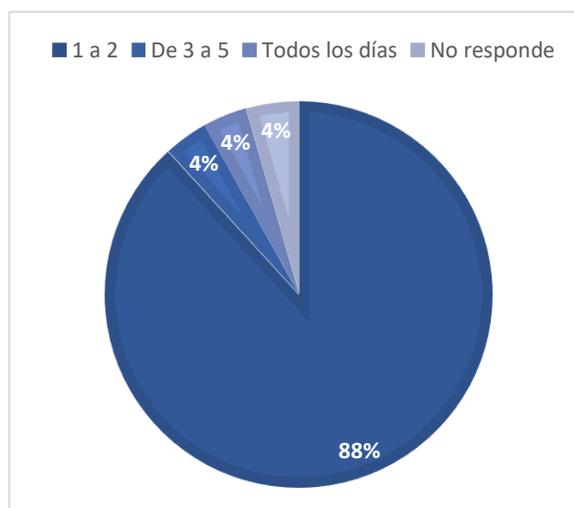
Se evidencia que, el 61 % de las personas revisa sus redes sociales más de 6 veces al día, esto revela que los colaboradores constantemente *chequean* sus cuentas, lo cual se convierte en una oportunidad para explotar adecuadamente la comunicación por esta vía, de la misma manera, el 25 % revisa de 3 a 5 veces al día sus redes sociales, y el 14 %, que aunque es el menor porcentaje, indica que tienen contacto con sus redes al menos una vez al día.

10. ¿Con qué frecuencia recibe usted información acerca de la organización? (Veces a la semana)

**Gráfica 14**

Respuesta	Encuestados	%
1 o 2	24	88%
3 a 5	1	4%
Más de 6	1	4%
No responde	2	4%
Total	28	100%

Tabla 16. Fuente: elaboración propia.



Gráfica 14. Fuente: elaboración propia.

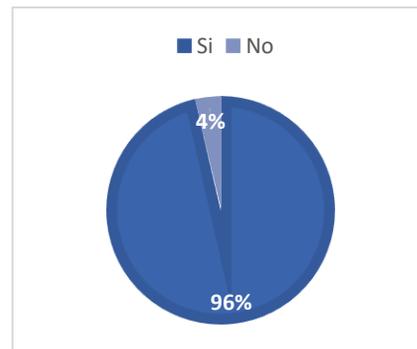
El 88 % de los encuestados señala que reciben 1 o 2 veces por semana información de parte de la organización, este dato refleja que posiblemente sea necesario incrementar el número de mensajes que llegan a los colaboradores, para reforzar la retención de la información; los que reciben información, de 3 a 5 veces por semana reflejan el 4 % al igual que quienes reciben información todos los días.

11. ¿Considera que la comunicación con sus compañeros de área es efectiva?

**Gráfica 15**

Respuesta	Encuestados	%
Si	27	96%
No	1	4%
Total	28	100%

Tabla 17. Fuente: elaboración propia.



Gráfica 15. Fuente: elaboración propia.

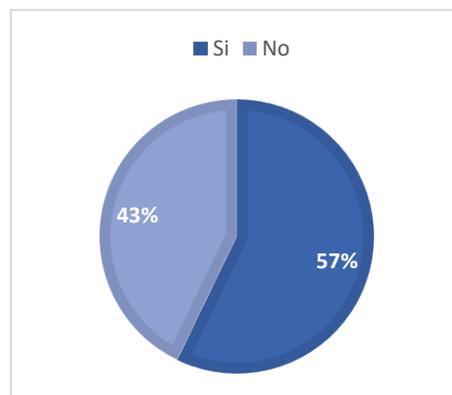
El 96 % de los encuestados señaló que la comunicación con sus compañeros de área es efectiva, existe una transmisión de información dentro de las diferentes áreas que funciona para dichos colaboradores y que podría señalarse como positiva, solo el 4 % restante opina que no es efectiva la comunicación con sus compañeros de área.

12. ¿Considera que la comunicación con los compañeros de otra área es efectiva?

**Gráfica 16**

Respuesta	Encuestados	%
Si	16	57%
No	12	43%
Total	28	100%

Tabla 18. Fuente: elaboración propia.



Gráfica 16. Fuente: elaboración propia.

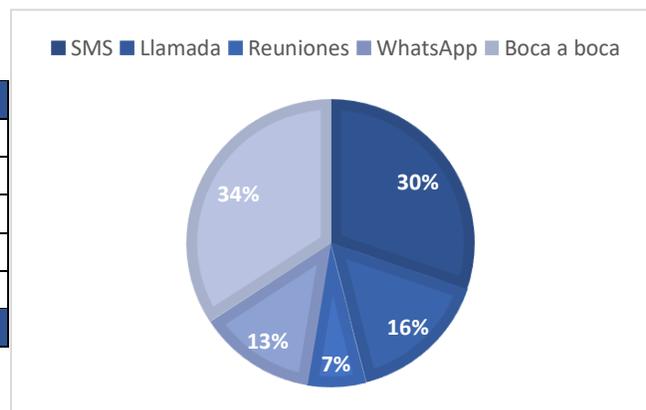
Respecto a la comunicación con otras áreas también es importante conocer el sentir de los colaboradores y su opinión, puesto que la organización la conforman cada una de las áreas y cada uno de los colaboradores, la comunicación interna eficaz depende de las relaciones interpersonales no solo dentro de un área sino también en su conjunto; el 57 % indica que la comunicación con las otras áreas sí es efectiva pero el restante 43 % considera lo contrario, es importante que la comunicación fluya en toda la organización, que llegue a todos los colaboradores y destacar que las relaciones con otras áreas también son fundamentales.

13. ¿Cuáles de los siguientes canales de comunicación emplea para comunicarse con sus compañeros?

**Gráfica 17**

Respuesta	Votos	%
Mensaje de texto	23	30%
Llamada Telefónica	12	16%
Reuniones informativas	5	7%
WhatsApp	10	13%
Boca a boca	26	34%
<b>Total</b>	<b>76 votos</b>	<b>100%</b>

Tabla 19. Fuente: elaboración propia.



Gráfica 17. Fuente: elaboración propia.

El canal más utilizado para comunicarse entre colaboradores es el llamado *boca a boca*, con un 34 % de votos; con un 30 % están los mensajes de texto; las llamadas telefónicas con un 16 %, le sigue WhatsApp con 13 % y por último las reuniones informativas; cabe señalar que la información que fluye entre colaboradores es en el *cara a cara*, y que todavía se utilizan mensajes de texto para informar cuando las personas no tienen internet en el celular.

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

### 1.5.1. Fortalezas

- Disponibilidad de personal para capacitar en las tareas requeridas.
- Departamento de Comunicación.
- Recursos económicos, materiales y electrónicos.
- Red social *Facebook* con una comunidad de más de 800 seguidores.
- Equipo multimedia.

### 1.5.2. Oportunidades

- Completa disposición de la organización en la colaboración para llevar a cabo los planes de mejoramiento de la comunicación interna.
- Reconocimiento de la comunidad en la que se encuentra ubicada la organización.

### 1.5.3. Debilidades

- Ausencia de estrategias de comunicación interna.
- Los canales de comunicación utilizados por la organización no abarcan a todos los colaboradores.
- Tiempo de anticipación para el traslado de la información.
- Falta de conocimiento de la importancia de la comunicación interna en el alcance de las metas.

### 1.5.4. Amenazas

- Diferencia de disponibilidad de tiempo y horario de los colaboradores.
- Diferencia de canales de comunicación utilizados por los colaboradores.
- Inestabilidad en la asistencia de algunos colaboradores.

## CAPÍTULO II

### 2. PLAN DE COMUNICACIÓN

#### 2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

Hasta la fecha no existe ningún registro de investigaciones, proyectos o trabajos realizados con relación a la comunicación interna de la Organización Cristo Rey; por otra parte, la organización siempre ha buscado formas de mejorar la comunicación con sus colaboradores, por esa razón, se destinó un área específica para el Departamento de Comunicación hace aproximadamente 2 años, con la finalidad de identificar errores que afectan a la organización en el cumplimiento de sus objetivos y promover una comunicación más efectiva entre los departamentos que la conforman; en la organización únicamente se han implementado algunas acciones sin ninguna orientación específica o previa planificación ni posterior seguimiento y evaluación.

Los canales de comunicación que utiliza la Organización Cristo Rey son los siguientes:

- Reuniones informativas semanales
- Cartelera de anuncios
- Cronograma impreso de actividades
- Llamadas telefónicas
- Mensajes de texto
- Fanpage (inactivo)

El proceso de comunicación dentro de la Organización Cristo Rey inicia con el Director General, quien es el responsable de trasladar la información en las reuniones informativas semanales a los directores de departamentos y áreas; en estas reuniones se entrega a los asistentes un cronograma impreso de las actividades a tratar y a realizar, además, se aclaran dudas y se traslada la información de los resultados de las actividades ya ejecutadas y se coordina con los diferentes departamentos y áreas la ejecución de las futuras actividades; los directores de los departamentos y áreas son los responsables de trasladar la información que recibieron y delegar las responsabilidades correspondientes a su equipo de trabajo, la información recibida por los directores se traslada por medio de reuniones con sus equipos de trabajo, por medio de llamadas telefónicas y mensajes de texto y *WhatsApp*; el Departamento de Comunicación utiliza la cartelera

de anuncios para reforzar la información, dicha cartelera se actualiza semanalmente y puede ser utilizada por cualquier departamento o área que la requiera, previa coordinación y autorización del Departamento de Comunicación.

## **2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN**

### **2.2.1. Objetivo General**

Mejorar el proceso de comunicación interna de la Organización Cristo Rey con sus colaboradores.

### **2.2.2. Objetivos Específicos**

- Diseñar un plan de comunicación con factibilidad operacional.
- Incrementar la interacción entre la organización y sus colaboradores.
- Reforzar la comunicación interna y los canales de comunicación actuales.
- Implementar nuevos canales de comunicación que se adapten al público objetivo.

## **2.3. PÚBLICO OBJETIVO**

Colaboradores internos que conforman la Organización Cristo Rey; los colaboradores comprenden, la Junta Directiva, directores de área, equipos de trabajo y personas que pertenecen y participan activamente en las actividades de la organización.

## **2.4. MENSAJE**

“Atención, accesibilidad y eficacia”.

## **2.5. ESTRATEGIAS**

- Potenciación de los canales de comunicación existentes utilizados por la organización.

La potenciación de los canales de comunicación existentes se llevará a cabo mediante la correcta utilización de los canales y recursos disponibles con los que en la actualidad cuenta la organización; se busca minimizar la resistencia y las barreras que se encontraron con ayuda del diagnóstico comunicacional y que estancan el progreso del proceso comunicativo que se pretende. La eliminación de los factores que no han proporcionado beneficio a los canales de comunicación que actualmente son utilizados por la organización es indispensable, así como aprovechar todos aquellos factores que tienen el potencial necesario para su continuidad e integración con la estrategia.



**OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS**

Conseguir que los recursos den los mejores resultados posibles.

**GESTIÓN DE LOS PROCESOS**

Todo tipo de acciones para conseguir los objetivos y resolver problemas.

**EVALUACIÓN DE LOS RESULTADOS**

Determinar sistemáticamente la eficacia, eficiencia e impacto de las actividades en función de los objetivos.

**PLANIFICACIÓN DE CONTENIDO**

Organizar metódica y estructuradamente los objetivos trazados en tiempo y espacio.

**CAPACITACIÓN DE PERSONAL**

Proporcionar conocimientos del funcionamiento de las herramientas al personal.

*Imagen 2, ejes estratégicos. Fuente: elaboración propia.*

- Creación de nuevos métodos de información y/o comunicación que alcancen a todos los colaboradores de la organización.

La creación de nuevos métodos pretende aprovechar los canales que utiliza la mayor parte de los colaboradores de la organización, esta estrategia busca establecer comunicación por los medios que normalmente usa el público objetivo, facilitando el acceso a la información, además, procura el conocimiento de las opiniones de todas las personas con la finalidad de mejorar como organización, también, busca reforzar la comunicación e información institucional, de esa forma, alcanzar a cada uno de los colaboradores, no solo por uno, sino por diversos canales.



**MEJORA CONTINUA DEL SERVICIO Y LAS HERRAMIENTAS**

Actualizar el servicio y las herramientas, adaptándolas a las necesidades del público objetivo.

**ACCESIBILIDAD A LA INFORMACIÓN**

Simplificar la solución de dudas por medio de los canales de comunicación.

**INTEGRACIÓN DE TODOS LOS CANALES DE COMUNICACIÓN**

Unificación estratégica de las acciones para potenciar la comunicación.

**CONFIABILIDAD**

La información proporcionada a través de los canales será fidedigna.

**ATENCIÓN ADECUADA**

Asistencia fundamentada en el respeto y los valores de la Organización.

*Imagen 3, ejes estratégicos. Fuente: elaboración propia.*

## 2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Acción #1	
<b>Estrategia</b>	Creación de nuevos métodos de información y/o comunicación que alcancen a todos los colaboradores de la organización.
<b>Problema</b>	Falta de información con anticipación.
<b>Producto</b>	Agenda de planificación anual.
<b>Objetivo comunicacional</b>	Implementar nuevos canales de comunicación que se adapten al público objetivo.
<b>Público objetivo</b>	Interno: personas que pertenecen a la organización.
<b>Medio de difusión</b>	Impreso, 30 ejemplares, venta a los colaboradores de la organización.

Tabla 20. Fuente: elaboración propia.

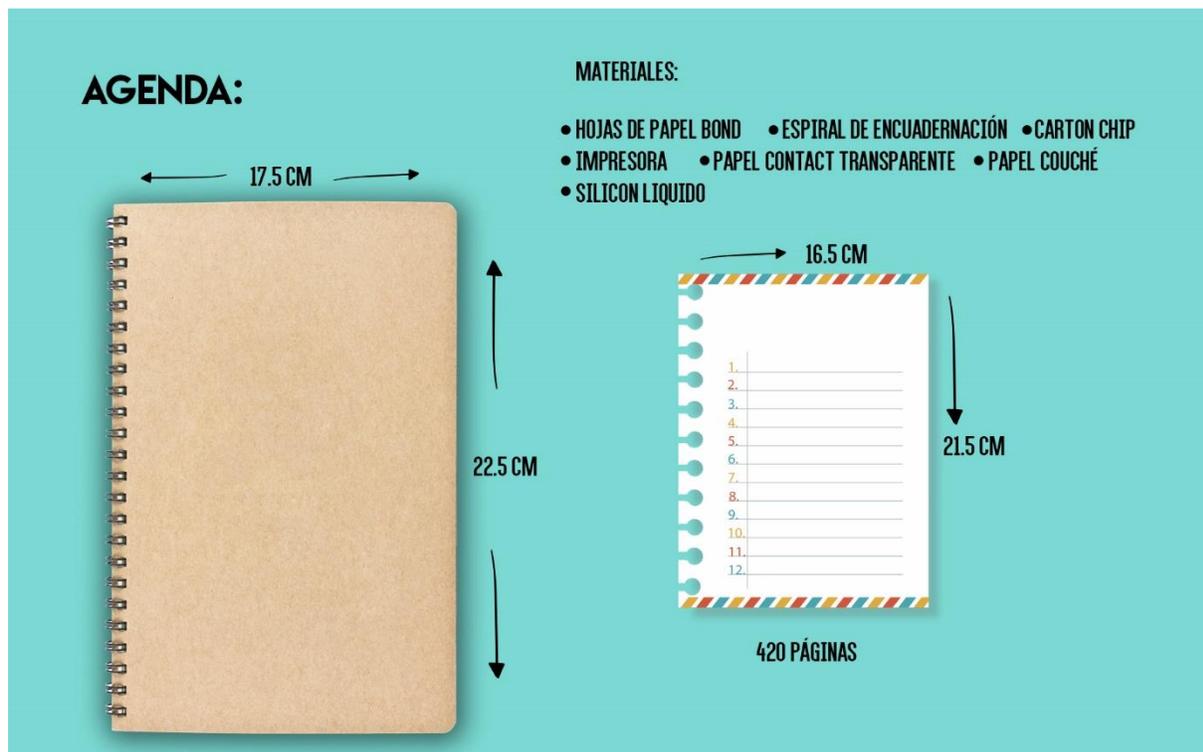


Imagen 4, agenda, acciones de comunicación. Fuente: elaboración propia.

<b>Acción #2</b>	
<b>Estrategia</b>	Creación de nuevos métodos de información y/o comunicación que alcancen a todos los colaboradores de la organización.
<b>Problema</b>	Tergiversación de la información cuando se traslada de manera indirecta.
<b>Producto</b>	WhatsApp Business
<b>Objetivo comunicacional</b>	Incrementar la interacción entre la organización y sus colaboradores.
<b>Público objetivo</b>	Interno: personas que pertenecen a la organización.
<b>Medio de difusión</b>	Digital, proporcionar el número de contacto del chat, a los colaboradores de la organización.

Tabla 21. Fuente: elaboración propia.

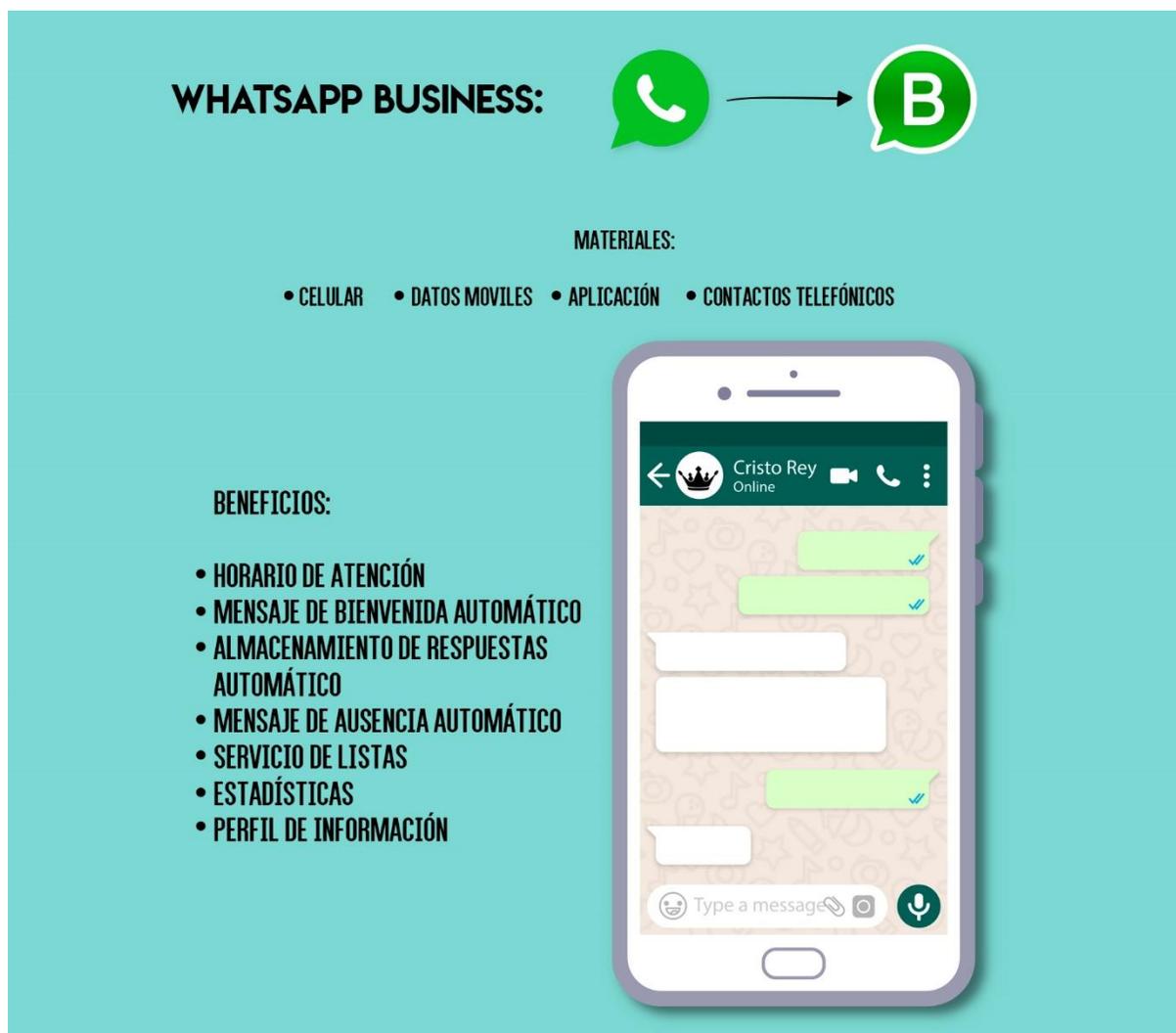


Imagen 5, WhatsApp Business, acciones de comunicación. Fuente: elaboración propia.

<b>Acción #3</b>	
<b>Estrategia</b>	Creación de nuevos métodos de información y/o comunicación que alcancen a todos los colaboradores de la organización.
<b>Problema</b>	Falta de comunicación de colaboradores con la organización y deficiencia en el conocimiento de ideas y opiniones de los colaboradores.
<b>Producto</b>	Buzón de sugerencias
<b>Objetivo comunicacional</b>	Implementar nuevos canales de comunicación que se adapten al público objetivo.
<b>Público objetivo</b>	Interno: personas que pertenecen a la organización.
<b>Medio de difusión</b>	Físico, 1 modelo de buzón, disponibilidad para todos los colaboradores

Tabla 22. Fuente: elaboración propia.



Imagen 6, buzón de sugerencias, acciones de comunicación. Fuente: elaboración propia.

<b>Acción #4</b>	
<b>Estrategia</b>	Creación de nuevos métodos de información y/o comunicación que alcancen a todos los colaboradores de la organización.
<b>Problema</b>	Falta de reafirmación del mensaje comunicacional.
<b>Producto</b>	Video noticiero
<b>Objetivo comunicacional</b>	Implementar nuevos canales de comunicación que se adapten al público objetivo.
<b>Público objetivo</b>	Interno: personas que pertenecen a la organización.
<b>Medio de difusión</b>	Digital, 1 video mensual.

Tabla 23. Fuente: elaboración propia.

**VIDEO NOTICIERO:** 



- **NOMBRE: CRISTO REY NEWS**    • **PORCENTAJE DE PUBLICO OBJETIVO: 90%**    • **PERIODICIDAD: MENSUAL**
- **TIPO DE INFORMACIÓN: TEMAS RELACIONADOS A LA PLANIFICACIÓN MENSUAL DE LA ORGANIZACIÓN**
- **DURACIÓN: 2 A 3 MINUTOS**    • **FORMATO: MP4**    • **ENCARGADO: DEPTO. DE COMUNICACIÓN.**

Imagen 7, video noticiero, acciones de comunicación. Fuente: elaboración propia.

Acción #5	
<b>Estrategia</b>	Potenciación de los canales de comunicación existentes utilizados por la organización.
<b>Problema</b>	Desinformación sobre las actividades y eventos próximos.
<b>Producto</b>	Punto de información (Cartelera)
<b>Objetivo comunicacional</b>	Reforzar la comunicación interna y los canales de comunicación actuales.
<b>Público objetivo</b>	Interno: personas que pertenecen a la organización.
<b>Medio de difusión</b>	Físico, colocación en lugar estratégico de interés.

Tabla 24. Fuente: elaboración propia.



Imagen 8, punto de información, acciones de comunicación. Fuente: elaboración propia.

Acción #6	
<b>Estrategia</b>	Potenciación de los canales de comunicación existentes utilizados por la organización.
<b>Problema</b>	Mala administración y abandono de la Fanpage de la organización.
<b>Producto</b>	Reactivación de la Fanpage de la organización.
<b>Objetivo comunicacional</b>	Reforzar la comunicación interna y los canales de comunicación actuales.
<b>Público objetivo</b>	Interno y externo
<b>Medio de difusión</b>	Digital, publicaciones periódicas en Facebook.

Tabla 25. Fuente: elaboración propia.

**FACEBOOK:**





- **FANPAGE: CRISTO REY**
- **PORCENTAJE DE PUBLICO OBJETIVO: 80%**
- **PERIODICIDAD DE PUBLICACIONES: 1 O 2 PUBLICACIONES CADA 2 DÍAS.**
- **TIPO DE PUBLICACIONES: TEMAS RELACIONADOS A LA PLANIFICACIÓN ANUAL DE LA ORGANIZACIÓN.**
- **CONTROL ESTADÍSTICO DE LA ACTIVIDAD DE LA FANPAGE.**
- **ENCARGADO: DEPTO. DE COMUNICACIÓN.**

Imagen 9, fanpage, acciones de comunicación. Fuente: elaboración propia.

## CAPÍTULO III

### 3. INFORME DE EJECUCIÓN

#### 3.1. PROYECTO DESARROLLADO

“Estrategias para la potenciación de los canales de comunicación existentes y la creación de nuevos métodos de comunicación interna para la Organización Cristo Rey”.

##### 3.1.1. Financiamiento

Para la elaboración de la agenda de planificación anual, *WhatsApp Business*, el buzón de sugerencias, los video noticieros, el punto información y la *fanpage* de la organización, el 51.30 % de los gastos fueron sufragados por el epesista Erick Fernando Díaz Méndez y el 48.70 % del total de los gastos fueron financiados por la Organización Cristo Rey.

Financiamiento	Monto
Epesista	Q.1147.80
Organización Cristo Rey	Q.1090.25
<b>Total</b>	<b>Q.2238.05</b>

Tabla 26. Fuente: Elaboración propia.

### 3.1.2. Presupuesto

Agenda				
Cantidad	Detalle	Precio Unitario	Precio total	Financiamiento
1	Caja de 10 resmas de papel bond tamaño oficio de 75 gramos.	Q.330.00	Q.330.00	Organización Cristo Rey
2	Paquetes de espiral plástico de 11mm color negro, 25 unidades.	Q.49.90	Q.99.80	Organización Cristo Rey
10	Pliegos de cartón chip calibre 60.	Q.6.00	Q.60.00	Organización Cristo Rey
3	Rollos de 3 metros de papel contact transparente.	Q.18.00	Q.54.00	Organización Cristo Rey
2	Botes grandes de silicón líquido.	Q.13.50	Q.27.00	Organización Cristo Rey
50	Hojas de papel bond tamaño oficio de 120 gramos.	Q.0.15	Q.7.50	Organización Cristo Rey
30	Impresiones laser en papel couché (Portada).	Q.5.00	Q.150.00	Organización Cristo Rey
4	Botes de tintas CMYK para impresiones.	Q.16.00	Q.64.00	Organización Cristo Rey
Total, agenda			Q.792.30	
WhatsApp Business				
Cantidad	Detalle	Precio Unitario	Precio total	Financiamiento
1	Tarjeta SIM incluye paquete de datos móviles para un mes.	Q.50.00	Q50.00	Organización Cristo Rey
1	Paquete de datos móviles para un mes	Q.50.00	Q.50.00	Organización Cristo Rey
1	Teléfono celular con cargador marca Huawei.	Q.350.00	Q.350.00	Epesista
Total, WhatsApp Business			Q.450.00	
Buzón de sugerencias				
Cantidad	Detalle	Precio Unitario	Precio total	Financiamiento
1	Elaboración de buzón de madera.	Q.125.00	Q.125.00	Epesista
1	Pliego de papel fosforescente verde.	Q.4.00	Q.4.00	Organización Cristo Rey
1	Caja de grapas para pared.	Q.17.00	Q.17.00	Epesista
1	Lapicero.	Q.1.50	Q.1.50	Epesista

1	Tabla con clip.	Q.11.90	Q.11.90	Epesista
1	Clasificador escalonado.	Q.19.90	Q.19.90	Epesista
½	Libra de clavos de ½ pulgada.	Q.3.00	Q.3.00	Epesista
2	Tornillos.	Q.0.31	Q.0.62	Organización Cristo Rey
2	Tarugos medianos para pared.	Q.0.50	Q.1.00	Epesista
1	broca de 1/8 para cemento.	Q.10.00	Q10.00	Epesista
25	Hojas de papel bond tamaño carta.	Q.0.10	Q.2.50	Organización Cristo Rey
25	Impresiones (ficha de sugerencias).	Q.1.00	Q.25.00	Organización Cristo Rey
Total, buzón de sugerencias			Q.221.42	
Punto de información				
Cantidad	Detalle	Precio Unitario	Precio total	Financiamiento
1	Galón de pintura de agua color negro.	Q.43.00	Q43.00	Organización Cristo Rey
1	Brocha mango plástico de ½ pulgada.	Q.3.00	Q.3.00	Organización Cristo Rey
1	Brocha de 2 pulgadas.	Q.12.99	Q.12.99	Organización Cristo Rey
1	Kit de pintura de 3 piezas.	Q.29.99	Q.29.99	Organización Cristo Rey
1	Rollo de masking tape de 2 pulgadas.	Q.39.99	Q.39.99	Organización Cristo Rey
1	Tablero de madera MDF 4x8 pies.	Q.106.00	Q.106.00	Epesista
1	Plancha de corcho.	Q.65.00	Q.65.00	Epesista
1	Plancha de lámina lisa galvanizada.	Q.60.00	Q.60.00	Epesista
2	Rollos adhesivos de pizarra negra.	Q.15.00	Q.30.00	Epesista
1	Rollo adhesivo de pizarra blanca.	Q.15.00	Q.15.00	Epesista
8	Reglas de melamina, diferentes medidas, para marco.	Q.5.00	Q.40.00	Epesista
½	Libra de clavos de 1 pulgada.	Q.3.00	Q.3.00	Epesista
1	Lata mediana de cemento de contacto.	Q.12.00	Q.12.00	Epesista
6	Tornillos de 2 pulgadas.	Q.0.31	Q.1.86	Organización Cristo Rey
6	Tarugos medianos	Q.0.50	Q.3.00	Epesista
1	Caja de 12 yesos de colores.	Q.7.50	Q.7.50	Epesista
1	Set de 2 porta yesos con 6 yesos.	Q.7.50	Q.7.50	Epesista

1	Set de 1 porta yesos con 3 yesos.	Q.6.00	Q.6.00	Epesista
1	Paquete de 5 marcadores de tiza líquida.	Q.65.00	Q.65.00	Epesista
2	Marcadores de 6 mm fluorescentes de tiza líquida.	Q.17.50	Q.35.00	Epesista
1	Almohadilla para pizarra.	Q.5.00	Q.5.00	Epesista
1	Paquete de 8 marcadores no permanentes de colores.	Q.47.50	Q.47.50	Epesista
1	Paquete de cinta magnética adhesiva (imán).	Q.15.00	Q.15.00	Epesista
1	Cuchilla	Q.7.00	Q.7.00	Epesista
1	Pliego de lija de agua	Q.3.00	Q.3.00	Epesista
18	Hojas tamaño carta, arcoíris con textura color amarillo.	Q.1.00	Q.18.00	Epesista
1	Caja de grapas para pared.	Q.21.00	Q.21.00	Organización Cristo Rey
1	Pliego de papel arcoíris color azul.	Q.4.00	Q.4.00	Organización Cristo Rey
1	Caja de tachuela de colores para corcho.	Q.10.00	Q.10.00	Organización Cristo Rey
Total, punto de información			716.33	
Fanpage				
Cantidad	Detalle	Precio Unitario	Precio total	Financiamiento
9	Impresiones a color de 3 calendarios editorial correspondientes a mayo, junio y julio.	Q.1.00	Q.9.00	Epesista
Total, fanpage			Q.9.00	
Video Noticiero				
Cantidad	Detalle	Precio Unitario	Precio total	Financiamiento
3	Yardas de tela lami color verde para cromas.	Q.13.00	Q.39.00	Epesista
2	Pares de baterías doble A para micrófono inalámbrico.	Q.5.00	Q.10.00	Epesista
Total, video noticiero			Q.49.00	
Total general:			Q.2217.05	

Tabla 27. Fuente: elaboración propia.

### 3.1.3. Beneficiarios

Beneficiarios	Beneficio
Estudiante/Epesista del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura	Como practicante, el estudiante es beneficiario, ya que al llevar a cabo el EPSL, pone en práctica los conocimientos adquiridos en la licenciatura, así mismo, dicha práctica se convierte en experiencia profesional, útil para el campo laboral de la comunicación.
Organización Cristo Rey	Obtiene el beneficio que el practicante representa: recurso humano cualificado con conocimiento del contexto profesional de la comunicación con la habilidad de adecuarse a las necesidades de la organización, de la misma manera, obtiene un proyecto que contiene evaluaciones, análisis, planificaciones y propuestas de comunicación que precisa la institución, además de las herramientas comunicativas necesarias para la correcta gestión de la comunicación en la organización.
Colaboradores	Se benefician con la accesibilidad a la información, la atención al cliente, y la eficacia lograda con las herramientas y acciones implementadas y encargadas de facilitar el proceso comunicativo e informativo de la organización con los colaboradores

Tabla 28. Fuente: elaboración propia.

### 3.1.4. Recursos Humanos

<b>Personal</b>	<b>Puesto</b>	<b>Actividad</b>
Marvin Gamaliel Santos Flores	Director General	Autorización para el desarrollo del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en la Organización Cristo Rey.
Cesia Paola Santos Rodríguez	Gerente Administrativa	Aprobación y autorización de cada una de las actividades y acciones que formaron parte del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura; autorización de uso de los recursos materiales y digitales existentes en la organización, supervisión del Epesista por parte de la Organización Cristo Rey y contacto del practicante con la Junta Directiva.
Aura Marina Hernández Morales	Directora de presupuesto	Autorización del financiamiento e inversión presentado a la Organización Cristo Rey por el Epesista.
Jennifer Guisell Barrios Pérez	Representante del Departamento de Comunicación	Presentación de las noticias mensuales del video noticiero Cristo Rey News, manejo de la base de datos y archivo del buzón de sugerencias.
José Miraldo García	Colaborador	Colaboración en la instalación del punto de información y el buzón de sugerencias.
Erick Fernando Díaz Méndez	Epesista	Planificación, gestión y ejecución del proyecto

Tabla 29. Fuente: elaboración propia.

### 3.1.5. Áreas Geográficas de Acción

El Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura (EPSL) se desarrolló en el edificio de la Organización Cristo Rey, Departamento de Comunicación, segundo nivel, con dirección 35 avenida 19-90 zona 7, San Miguel Petapa, Colonia Villa Hermosa 1; lugar en el cual se encuentran y reúnen los colaboradores, que representan el público objetivo de este proyecto.

La ejecución de algunas acciones correspondientes al plan de comunicación estratégica de este proyecto, también alcanzó a la comunidad de Villa Hermosa, San Miguel Petapa, por medio de la comunidad de seguidores de la red social *Facebook*, que no solo integra a los colaboradores de la Organización Cristo Rey, sino también a cientos de habitantes de distintos sectores del territorio.

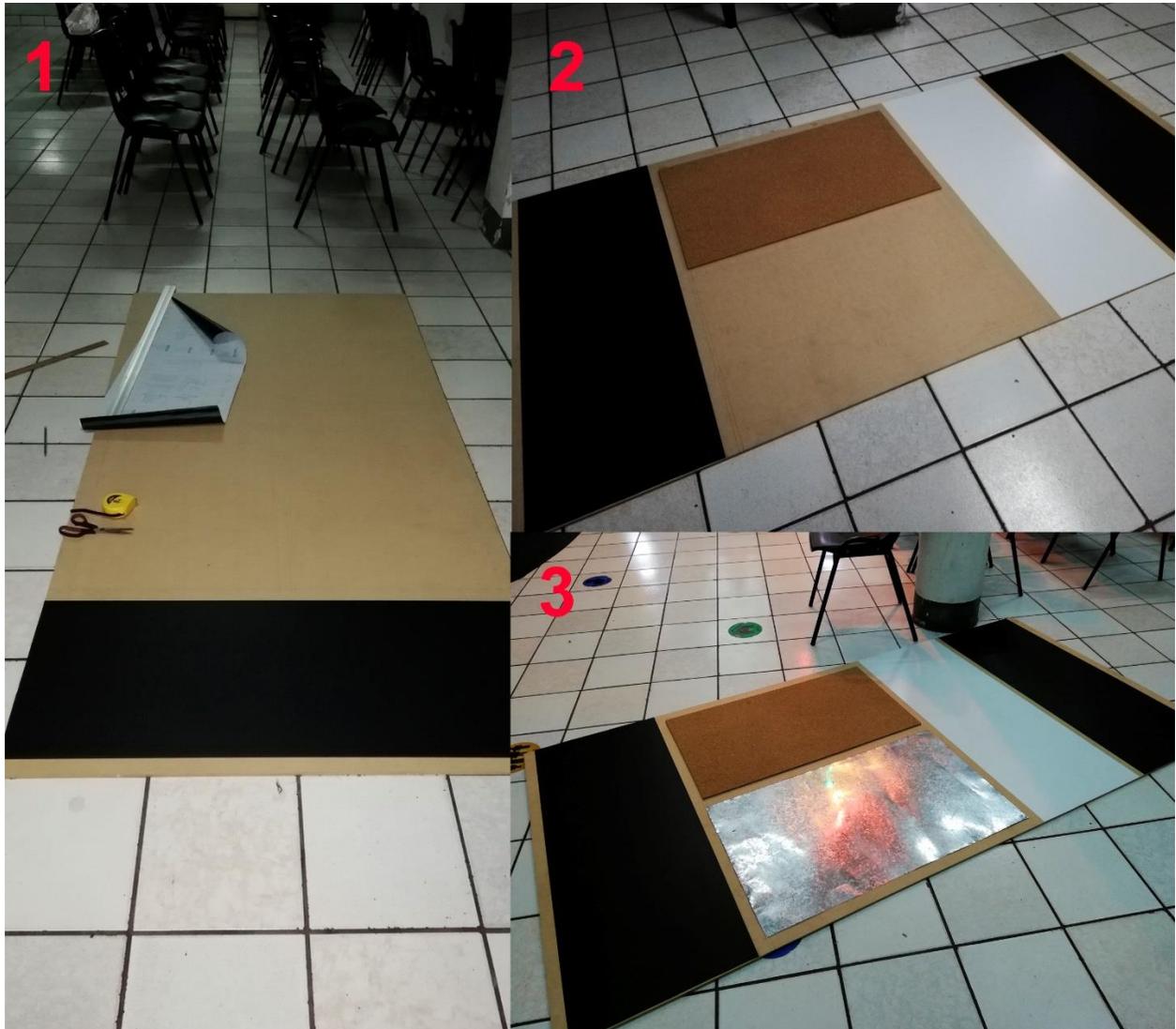
### 3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

“La comunicación en la organización es fundamental para el desarrollo de la misma y su adecuación al entorno y a la globalización” (Españeira, 2010, p. 3).

- Estrategia: Potenciación de los canales de comunicación existentes utilizados por la organización.
- Acción: Punto de información.
- Objetivo comunicacional: Reforzar la comunicación interna y los canales de comunicación actuales.

Descripción: “La publicidad no “atrapa”, cautiva. El consumidor no se siente arrastrado, acude sin darse cuenta. Y para ello es vital que el “cebo” cuente, para llamar la atención, con los ingredientes imprescindibles de color y de forma. (Machado, 2010, p. 74). El punto de información constituye una renovación de la cartelera de información que venía operando en la organización los últimos años, con la intención de transformar la cartelera antigua, en una nueva más llamativa, aunque con la misma idea: lograr captar la atención de los colaboradores que transitaran por el área y solucionar el problema de desinformación sobre las actividades y/o eventos próximos. Para su ejecución, se adquirió un tablero de madera *MDF* al cual se le instalaron un total de 5 secciones distribuidas de la siguiente manera: dos secciones verticales de pizarra negra adhesiva para usarse con marcadores de tiza líquida, una sección vertical de pizarra blanca adhesiva que funciona con marcadores no permanentes, una sección horizontal de corcho para sujetar anuncios con tachuelas, y una sección horizontal de lámina lisa que funciona adhiriendo carteles con imanes.

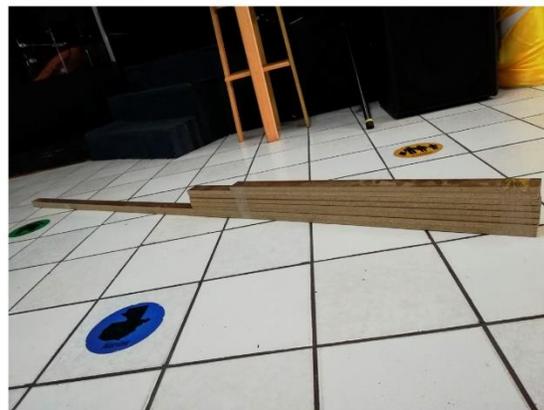
Como parte de esta acción se realizaron otras tareas como: pintar el área de ubicación del nuevo punto de información, hacer un letrero que identifica dicha área y divulgar las nuevas características del actual punto de información en el video noticiero Cristo Rey News; la mecánica de manejo del punto de información, los materiales y los instrumentos necesarios para su correcto uso, quedó a cargo el Departamento Administrativo, quienes se encargarán de asignar espacios y tiempos para que los colaboradores también sitúen sus anuncios e información que deseen o necesiten trasladar a su público objetivo.



Proceso de elaboración de las secciones del punto de información: la primera fotografía corresponde al tablero de madera MDF y la colocación de la pizarra adhesiva para marcador de tiza; en la segunda fotografía se visualiza la plancha de corcho instalada y en la tercera la lámina lisa que completa todas las secciones.



Marcadores no permanentes, marcadores de tiza, almohadilla, yesos, pizarras adhesivas, etc., para punto de información.



Reglas de melamina para marco de punto informativo.



En la fotografía 1 se instaló el marco del punto de información; en la fotografía 2 se pintó el área destinada para instalar el punto informativo; en la fotografía 3 se llevó a cabo la instalación con la ayuda de algunos colaboradores. En la fotografía 4 el punto de información está terminado.

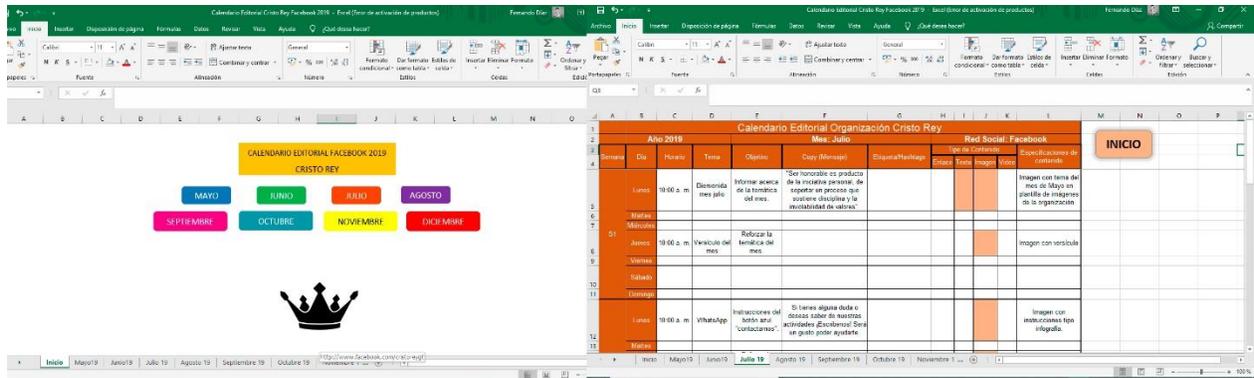


Fotografías de la cartelera anterior y el resultado del punto de información actual planificado para la Organización Cristo Rey.

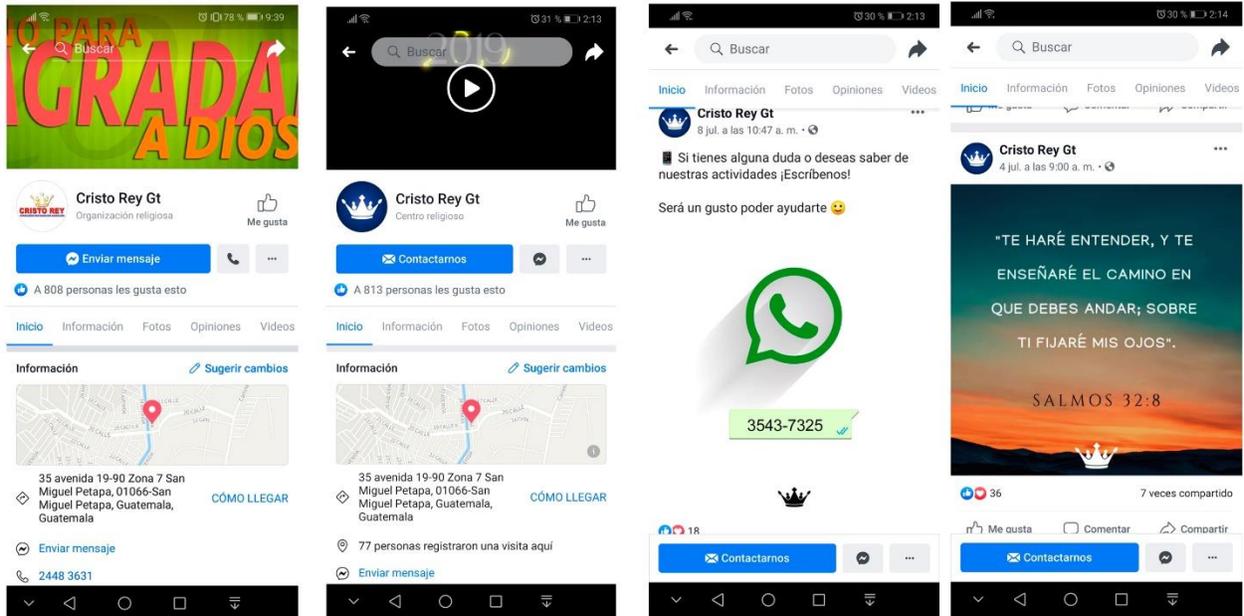
- Estrategia: Potenciación de los canales de comunicación existentes utilizados por la organización.
- Acción: Reactivación de la *fanpage* de la organización.
- Objetivo comunicacional: Reforzar la comunicación interna y los canales de comunicación actuales.

Descripción: Las redes sociales son un canal importante para cualquier empresa u organización que desee conectarse y comunicarse con sus colaboradores, darse a conocer o establecer relaciones, profesionales y empresariales con otras instituciones de interés o simplemente hacerse atractivos a los que nos rodean y presentarse a un público adecuadamente. (Capriotti, 2013) indica, que en la actualidad las personas pretenden la existencia de un vínculo de credibilidad y confianza con las organizaciones, es decir una relación de la persona con la organización y no solo de la persona con el servicio. Frecuentemente se dice que un perfil en redes sociales de una organización o institución no tiene éxito porque es impersonal, pero la impersonalidad del perfil organizacional la define la calidad de servicio y la atención al público objetivo (Castellano, 2013).

Las anteriores razones, son suficiente fundamento para no menospreciar la importancia y alcance de las redes sociales y menos una tan influyente como *Facebook*; la Organización Cristo Rey cuenta con una *fanpage* con una comunidad de más de 800 seguidores, sin embargo, transcurrió aproximadamente un año desde la última publicación, para solucionar el problema de la mala administración y abandono de la cuenta de la organización, se propuso reactivar las actividades de la *fanpage*; se logró la autorización del Director General de la organización para ser administrador de la página, en total se realizaron 28 publicaciones a lo largo de la práctica, con temas relacionados a la planificación anual de la organización, además, se modificó la portada de la página con un video, se renovó la imagen de perfil y se personalizó el botón principal de contacto de la *fanpage*, con un enlace que dirige directamente al *chat* en *WhatsApp* de la organización.

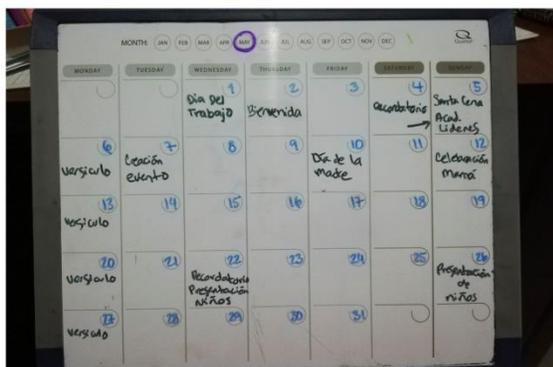


Capturas de pantalla del programa para el calendario editorial, hecho con macros de excel, para facilitar el acceso al contenido publicado o contenido por publicar en la Fanpage Cristo Rey GT.



Capturas de pantalla del antes y después de la Fanpage de la Organización Cristo Rey, con modificaciones de diseño de portada, imagen de perfil y botón principal.

Capturas de pantalla de varias publicaciones hechas en la Fanpage de la Organización Cristo Rey.



Pizarra calendario portátil de marcador, usada en el Departamento de Comunicación para publicar los días que fue establecido en el calendario editorial.



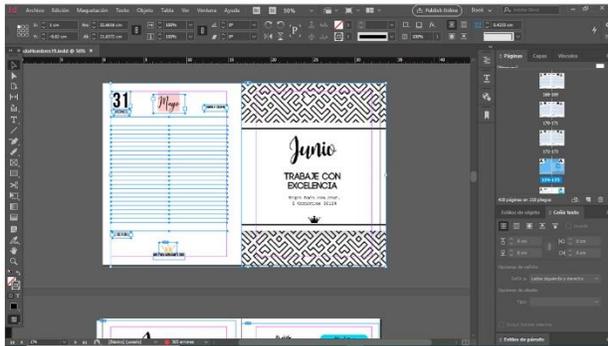
Captura de pantalla del programa Adobe Photoshop CC, utilizado para diseñar el contenido que es publicado en la Fanpage de la organización.

- Estrategia: Creación de nuevos métodos de información y/o comunicación que alcancen a todos los colaboradores de la organización.
- Acción: Agenda de planificación anual.
- Objetivo comunicacional: Implementar nuevos canales de comunicación que se adapten al público objetivo.

Descripción: En la historia de la comunicación masiva, los medios impresos tienen la característica de ser el único medio con accesibilidad al alcance, que permite el archivo de información para recurrir a ella cuando sea necesario (Wells, 2000). Tener información importante plasmada en un objeto de uso diario, es una manera accesible y rápida, que permite conocer las responsabilidades y actividades de interés con anticipación. Por tal motivo, en conjunto con los directores de los distintos departamentos que existen en la Organización Cristo Rey se dispuso la creación de una agenda de planificación anual para hombres y otra para mujeres, con el mismo contenido: describir cada una de las actividades que se desarrollarán en el 2019; esta acción se preparó especialmente para las personas mayores que no tienen acceso a las redes sociales, y que por lo tanto, no poseen un canal con información permanente para consultar en caso de ser necesario, sin embargo, el alcance obtenido fue mayor al esperado.

Se obtuvo una copia de la planificación anual de la organización, se procedió a diseñar las portadas de las agendas, el calendario de cada mes con sus respectivas actividades, carátulas de mes con temática y páginas complementarias de las agendas, que requirieron elaboración con programas de diseño como *Photoshop e Illustrator*, se continuó con la maquetación de cada una de las páginas de las agendas anuales con el programa *InDesign*, para lograr un resultado en formato digital; se recibió la aprobación para imprimir y fabricar las agendas por parte de la organización, los materiales utilizados para la impresión y elaboración de las agendas fueron obtenidos en su totalidad de la librería y papelería de la Organización Cristo Rey; las hojas tamaño oficio se cortaron a la mitad con guillotina, se imprimieron las agendas, las portadas se trabajaron en cartón chip, y se forraron con las impresiones laser del diseño en papel couché y se pegaron con silicón líquido, posteriormente, se utilizó una encuadernadora para abrir agujeros a las impresiones y portadas, se colocó el espiral de plástico y se empleó una tenaza especial para sellar el espiral

plástico; se elaboraron y se vendieron el día de su lanzamiento las 30 agendas, 10 de hombres y 20 de mujeres.



Diseño y maquetación de plantilla de agenda Cristo Rey 2019 para hombres en programa Adobe InDesign CC.



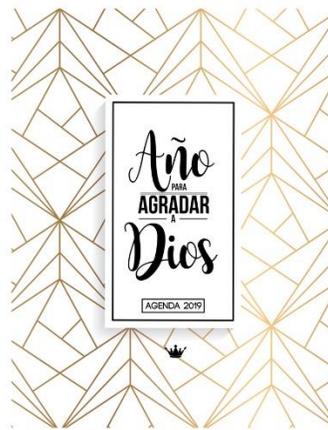
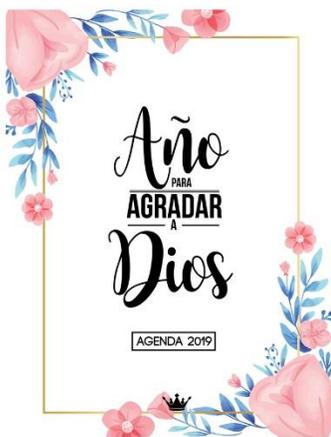
Diseño y maquetación de plantilla de agenda Cristo Rey 2019 para mujeres en programa Adobe InDesign CC.



Agendas terminadas, impresiones de portadas, impresiones de contenido de agenda, espiral plástico, silicona líquida, cartón chip para pruebas y armado del resto de las agendas.



Vista de la agenda Cristo Rey de mujeres en formato digital PDF desde un celular.



Diseño finalizado de portadas de agendas de mujeres y hombres; se usaron los programas Adobe Illustrator CC y Adobe Photoshop CC y recursos para fondos de Freepick.



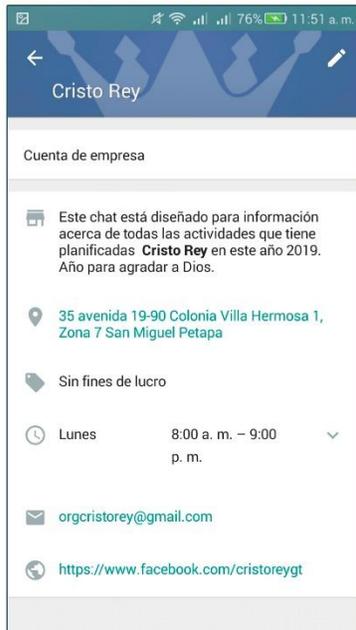
Vista de la agenda Cristo Rey de hombres en formato digital PDF desde un celular.

- Estrategia: Creación de nuevos métodos de información y/o comunicación que alcancen a todos los colaboradores de la organización.
- Acción: *WhatsApp Business*.
- Objetivo comunicacional: Incrementar la interacción entre la organización y sus colaboradores.

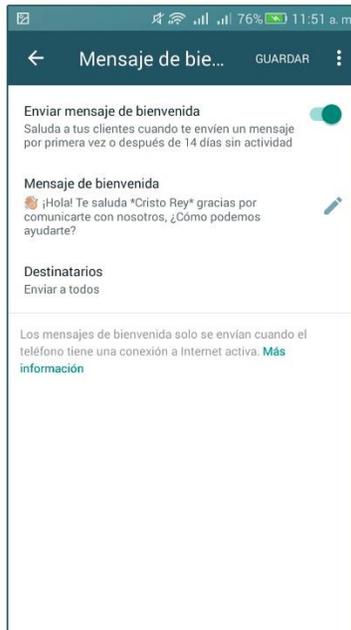
Descripción: Una comunicación instantánea, sencilla y efectiva es fundamental para la atención al cliente (Mejía, 2018). La tergiversación de la información es un problema que se da, cuando la información viaja de usuario en usuario, dicho inconveniente se soluciona con la creación de un canal directo con la fuente de información, es decir, un canal de comunicación directo con la organización. (Aguilar y Vargas, 2010) recomiendan para iniciar y mantener una conversación: identificarse al saludar, usar el nombre de la persona con la que se está interactuando, además, proyectar seguridad y comodidad, mostrarse de buen humor y expresarse con respeto.

Se adquirió un teléfono celular inteligente compatible con aplicaciones recientes, se procedió a la compra de una tarjeta *SIM* con un paquete de datos móviles para conexión a Internet, se prosiguió con la descarga de forma gratuita de la aplicación *WhatsApp Business*, que es conocida por utilizar mecanismos que permiten automatizar, organizar y responder de una manera rápida a los mensajes, y se completaron los ajustes del perfil de la organización como: nombre, eslogan, foto de perfil, dirección, categoría, horario, correo electrónico, sitio web (se colocó la dirección de la página de *Facebook*), además, se modificaron las herramientas de mensajería predeterminada como: el mensaje de bienvenida, mensaje de ausencia, la automatización de las respuestas rápidas, también se personalizó un enlace directo que permite a las personas iniciar un *chat* con la organización.

Para la divulgación del número de contacto se utilizó un anuncio en el video noticiero Cristo Rey News, un cartel en el punto de información, asimismo una animación, una imagen y un botón personalizado en la página de la organización en *Facebook*.



Captura de pantalla de la información de la Organización Cristo Rey en la Aplicación WhatsApp Business para empresas u organizaciones.



Captura de pantalla del mensaje de bienvenida automático, una de las características que permite WhatsApp Business para los chats nuevos.



Captura de pantalla del mensaje de ausencia automático, otra de las características que permite WhatsApp Business.



Captura de pantalla de las respuestas rápidas como atajos para mensajes que se envían con frecuencia.



Captura de pantalla de las estadísticas brindadas por la aplicación.



Captura de pantalla de los chats que corresponden a colaboradores y personas a las que se les ha brindado atención por medio de la aplicación WhatsApp Business.

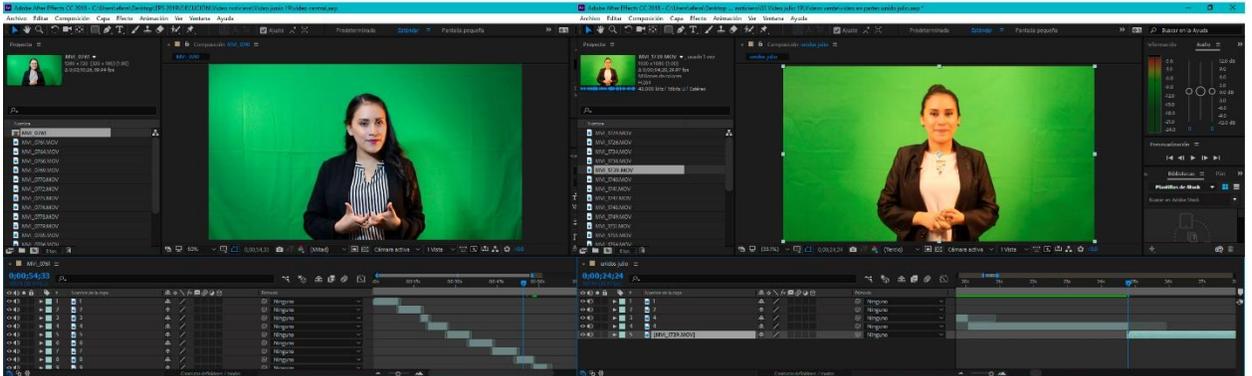
- Estrategia: Creación de nuevos métodos de información y/o comunicación que alcancen a todos los colaboradores de la organización.
- Acción: Video noticiero.
- Objetivo comunicacional: Implementar nuevos canales de comunicación que se adapten al público objetivo.

Descripción: Múltiples son los elementos que en conjunto crean lo que se denomina, impacto visual, en el público objetivo, por ejemplo: iluminación, escenario, calidad de video, audio etc. (Wells, 2000). Un video noticiero es una herramienta para transmitir información de importancia a un grupo de personas con intereses en común. Un problema de comunicación que surge en muchas ocasiones y en muchas organizaciones es la falta de reafirmación del mensaje; el video noticiero Cristo Rey News es una herramienta de comunicación que permite, no solo informar sobre la temática y las actividades del mes, sino también reitera la información que se transmite por otros canales, de esta manera, la información no causa impresión exclusivamente por un medio o canal, sino que también origina impactos por otros canales, logrando así, la integración de los canales existentes, como también de los nuevos canales.

El video noticiero se inicia con el guion literario, en el que se incluye: el texto que anunciará la presentadora, como también información del escenario y los planos que se utilizarán en la grabación; luego de su aprobación, se monta el escenario, con la respectiva iluminación, se prepara la cámara, se utiliza la técnica de *croma* (pantalla o fondo verde o azul), y se procede a la grabación; todas las herramientas: cámara semiprofesional, trípode, set de luces semiprofesionales, micrófono inalámbrico y extensiones, son proporcionadas por el Departamento de Comunicación de la Organización Cristo Rey. En la postproducción se realizaron animaciones para la introducción del video, para las redes sociales, para el número de contacto de *WhatsApp* y para el cierre del video; se utilizó el programa de edición de video *After Effects*, se eliminó el fondo verde y se colocó otro fondo para simular un *ambiente*, se colocaron varias transiciones y algunos efectos de color y movimiento, por último, el video es renderizado y se exporta en formato *MP4*, con resolución 1920x1080 *Full HD* y se entrega una copia del video a la encargada del Departamento de Comunicación en una memoria *USB* para su posterior transmisión, se hicieron un total de 3 video noticieros que corresponden a mayo, junio y julio.



Fotografías de las grabaciones del video noticiero Cristo Rey para los meses: mayo, junio y julio, con la colaboración de la representante del Departamento de Comunicación Jennifer Barrios; equipo de grabación e iluminación por parte de la Organización Cristo Rey.



Capturas de pantalla de la edición de video del video noticiero Cristo Rey en el programa Adobe After Effects CC; algunos recursos utilizados en la edición del video como transiciones y animaciones, son plantillas editables proporcionadas por el canal "Nuva Productions" de YouTube.



Video noticiero Cristo Rey News transmitido en las pantallas de la organización a los colaboradores de la Organización Cristo Rey. Video noticieros correspondientes a los meses mayo y junio.

- Estrategia: Creación de nuevos métodos de información y/o comunicación que alcancen a todos los colaboradores de la organización.
- Acción: Buzón de sugerencias.
- Objetivo comunicacional: Implementar nuevos canales de comunicación que se adapten al público objetivo.

Descripción: Un buzón de sugerencias tiene como finalidad recolectar todas las opiniones, ideas, sugerencias y quejas que los colaboradores tengan respecto al servicio y el funcionamiento de una organización. La falta de conocimiento de parte de la Organización Cristo Rey acerca de las ideas y opiniones de sus colaboradores, originó, como solución, la creación de un buzón de sugerencias. Se buscó la imagen de un modelo de buzón atractivo pero simple, a esa imagen se le colocaron las medidas exactas que se establecieron en la planificación y se entregó una copia a un carpintero para que iniciara la elaboración, luego de la entrega, se pintó el área destinada y se procedió a la instalación del buzón, en la entrada/salida principal de la organización; se realizó un letrero que identifica esa área como tal, se colocó un clasificador que contiene las hojas de sugerencias, un lapicero y una tabla con clip para facilitar el uso del buzón de sugerencias.

Para su divulgación se hizo un anuncio en el video noticiero Cristo Rey News, la periodicidad de monitoreo es semanal y el departamento encargado de su gestión es el Departamento de Comunicación; las sugerencias recogidas se almacenan en una base de datos, para luego presentarlas a la Junta Directiva en mesa de diálogo y discutir la viabilidad o no de las sugerencias.



Vista del área destinada estratégicamente para ubicación del buzón de sugerencias antes y después de aplicarle pintura negra.



Entrega de buzón de madera elaborado por una carpintería según las medidas establecidas.



Ejemplo de buzón con las medidas requeridas entregado a la carpintería para su elaboración.



Resultado final del buzón de sugerencias, soporte para las hojas de sugerencias, tabla con clip y lapicero para facilitar su uso.



Vista del buzón de sugerencias instalado en la entrada y salida principal de la organización.

### 3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Cronograma		Mes						Mes					
		Mayo					Junio						
Actividades		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	
1	Elaboración de diseño de agendas	■	■	■	■	■	■	■	■				
2	Diseño y publicación de contenido de <i>Facebook</i>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
3	Grabación, edición y transmisión de primer video noticiero Cristo Rey <i>News</i>	■	■										
4	Elaboración de calendario editorial interactivo			■									
5	Descarga, configuración y lanzamiento de <i>WhatsApp Business</i>				■	■	■						
6	Grabación, edición y transmisión de segundo video noticiero Cristo Rey <i>News</i>					■	■						
7	Elaboración y presentación de estadísticas de mayo ( <i>Facebook</i> )						■						
8	Impresión y elaboración de agendas								■	■	■		
9	Compra de materiales, elaboración e instalación de punto de información									■	■	■	
10	Elaboración, entrega e instalación de buzón de sugerencias										■	■	
11	Venta de agendas											■	

Tabla 30. Fuente: elaboración propia.

Cronograma								
Mes		Julio					Agosto	
Actividades		1	2	3	4	5	1	2
12	Diseño y publicación de contenido de <i>Facebook</i>							
13	Compra de materiales, elaboración e instalación de punto de información							
14	Elaboración, entrega e instalación de buzón de sugerencias							
15	Grabación, edición y transmisión de tercer video noticiero <i>Cristo Rey News</i>							
16	Elaboración y presentación de estadísticas de junio ( <i>Facebook</i> )							
17	Evaluación de acciones por medio de lista de cotejo ( <i>Epesista</i> )							
18	Evaluación de acciones por medio de lista de cotejo (Gerente administrativa)							
19	Elaboración de base de datos para control del buzón de sugerencias							
20	Elaboración, envío y análisis de resultados de encuestas en línea para evaluación de punto de información y video noticiero							
21	Elaboración y presentación de estadísticas de <i>WhatsApp Business</i>							
22	Elaboración y presentación de estadísticas de julio ( <i>Facebook</i> )							
23	Elaboración y entrega de informe final							

Tabla 31. Fuente: elaboración propia.

### 3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO

- **Acción: Agenda de planificación anual**

Objetivo: Proporcionar a los directores de área de la organización y a los colaboradores que no utilizan dispositivos inteligentes, una herramienta de uso diario que les permita conocer las actividades y la planificación de la organización con anticipación.

Indicadores cuantitativos: Los 15 directores de área adquirieron un ejemplar de la agenda de planificación anual, mientras que, los 15 ejemplares restantes fueron adquiridos por colaboradores de la organización, para un total de 30 ejemplares distribuidos, 10 de hombres y 20 de mujeres.

Indicadores cualitativos: El Departamento Administrativo de la Organización Cristo Rey estuvo de acuerdo con los diseños presentados y con el resultado final de la elaboración de las agendas, así mismo, los directores y colaboradores que adquirieron el ejemplar manifestaron la utilidad y expresaron su satisfacción con el diseño, la información de la planificación y la calidad de dicha herramienta de comunicación. Debido a la aceptación y demanda de la agenda, la organización recibió una solicitud de elaboración de 40 agendas más. La evaluación que realizó la Gerente administrativa a través de una lista de cotejo, evidenció que la ejecución de la agenda se realizó en los plazos establecidos y se cumplieron los objetivos establecidos.

- **Acción: Reactivación de la *fanpage* de la organización**

Objetivo: Restablecer la comunicación con la comunidad de seguidores de *Facebook*.

Indicadores cuantitativos: Por medio de la herramienta de estadísticas automáticas que ofrece *Facebook*, se recolectaron los siguientes datos de las publicaciones por mes:

En mayo se *alcanzaron* a un total de 3606 personas, hubo 485 *reacciones* divididas en: 364 *me gusta*, 73 *me encanta*, 2 *me asombra*, 21 *comentarios* y 25 veces *compartido*; con 728 clics en publicaciones para un total de 1213 interacciones y 602 reproducciones en video.

En junio se *alcanzaron* a un total de 2750 personas, hubo 452 *reacciones* divididas en: 339 *me gusta*, 69 *me encanta*, 0 *me asombra*, 17 *comentarios* y 27 veces *compartido*; con 306 clics en publicaciones para un total de 758 interacciones y 84 reproducciones en video.

En julio se *alcanzaron* a un total de 2488 personas, hubo 286 *reacciones* divididas en: 219 *me gusta*, 32 *me encanta*, 1 *me divierte*, 7 *comentarios* y 27 veces *compartido*; con 93 clics en publicaciones para un total de 379 interacciones.

Indicadores cualitativos: La creación y diseño de cada una de las publicaciones, videos y eventos fue aprobado mediante los estándares de calidad y contenido que maneja la Dirección General de la organización; la comunidad de seguidores de la organización en *Facebook*, mostró interés y aceptación a la reactivación de la página, el contenido publicado y el cambio de imagen a través de la foto de perfil y la portada. Por medio de la evaluación con una lista de cotejo, la Gerente administrativa confirmó, que la acción ejecutada se realizó siguiendo los criterios establecidos en la planificación, como objetivos, plazos y necesidades de la organización.

- **Acción: Video noticiero**

Objetivo: Reafirmar la información de la planificación mensual de la organización.

Indicadores cuantitativos: Se envió una encuesta en línea a un total de 40 colaboradores de forma aleatoria, se obtuvo respuesta de 36 colaboradores con los siguientes resultados: 35 personas indicaron que les gusta el video noticiero y únicamente 1 persona señaló que no le gusta; 35 personas consideran que el video noticiero es una forma efectiva para dar a conocer las actividades del mes y solo 1 persona indicó lo contrario; 21 personas indicaron que el tiempo de duración del video noticiero es apropiado, 12 personas respondieron que debería durar más y 3 personas indicaron que debía durar menos; 35 personas estuvieron de acuerdo que se continúe transmitiendo el video noticiero y solamente 1 persona expresó que no.

En total, 3 video noticieros correspondientes a mayo, junio y julio fueron transmitidos a 350 personas.

Indicadores cualitativos: Los video noticieros se transmitieron a los colaboradores cada domingo del mes, durante mayo, junio y julio, la atracción por el video noticiero ayudó a captar la atención de los colaboradores, lo cual favoreció y facilitó la reafirmación de la información, así mismo, existió retroalimentación, puesto que los colaboradores cumplieron con diversas instrucciones de diferentes actividades que derivaron del video noticiero.

La Dirección General de la Organización Cristo Rey estableció estándares de calidad, para la producción de video noticiero, las cuales fueron superadas con éxito, pues la elaboración del video noticiero se realizó profesionalmente desde la preproducción hasta la postproducción. La Gerente Administrativa llevó a cabo una evaluación por medio de una lista de cotejo en la cual se indica que los objetivos fueron alcanzados en los plazos establecidos y que la organización está satisfecha con el resultado la ejecución de la acción.

- **Acción: *WhatsApp Business***

Objetivo: Crear un canal directo de comunicación con la organización.

Indicadores cuantitativos: De acuerdo a las estadísticas disponibles en el administrador de *WhatsApp Business*, se recogió la siguiente información: se brindó atención a un total de 28 colaboradores, se recibieron 89 mensajes de colaboradores que solicitaron información acerca de actividades planificadas por la organización, la organización envió en total 166 mensajes de los cuales fueron entregados 165 mensajes.

Indicadores cualitativos: La aplicación es accesible y de manejo simple, permitió interactuar fácilmente y brindar información verídica a los colaboradores; por medio de la automatización de las respuestas rápidas fue posible ahorrar tiempo para brindar una pronta respuesta a las dudas de los colaboradores, la personalización del mensaje de bienvenida automático insta a los colaboradores a continuar con la conversación; los mensajes de ausencia automáticos son una herramienta efectiva para brindar atención fuera de horario. La evaluación de la Gerente Administrativa por medio de una lista de cotejo, confirmó que la aplicación *WhatsApp Business*

aporta seriedad y veracidad de la información que se brinda y señala que los objetivos trazados en los plazos establecidos fueron cumplidos.

- **Acción: Punto de información**

Objetivo: Rediseñar el área destinada exclusivamente para la información de la organización.

Indicadores cuantitativos: Se envió una encuesta en línea a un total de 40 colaboradores de forma aleatoria, se obtuvo respuesta de 34 colaboradores con los siguientes resultados:

32 personas indicaron que les gusta el nuevo punto de información, por el contrario 2 personas señalaron que no le gusta; de la misma manera, 32 personas señalaron que el punto de información mejoró respecto al anterior y 2 personas indicaron que no; 33 personas consideran que el nuevo punto de información es una forma efectiva para informar sobre las próximas actividades y únicamente 1 persona indicó lo contrario; 32 personas expresaron que el punto de información se encuentra en un área apropiada, 1 persona indicó que no y 1 persona señaló que le gustaría que el punto de información estuviera en otra área.

El área donde se encuentra el punto de información es transitada por alrededor de 300 personas por mes.

Indicadores cualitativos: La mayoría de departamentos de la organización han solicitado al Departamento Administrativo, un espacio del punto de información para publicar sus anuncios; la actualización de la información del punto de información se realiza semanalmente; las herramientas que se emplean en cada sección del punto de información resultan atractivas para la atención de los colaboradores; la ubicación estratégica del punto de información asegura su visualización.

La Gerente Administrativa llevó a cabo una evaluación por medio de una lista de cotejo, que refleja los criterios alcanzados en la ejecución de la acción y hace énfasis en el orden que existe en los diferentes Departamentos para informar a sus colaboradores.

- **Acción: Buzón de sugerencias**

Objetivo: Destinar un canal que permita conocer las ideas, opiniones y sugerencias de los colaboradores.

Indicadores cuantitativos: Hasta el 16 de julio se recibieron en el buzón un total de 8 sugerencias.

Indicadores cualitativos: Se diseñó una base de datos en *Excel* para control y archivo de todas las sugerencias, luego de su discusión, la base de datos permite almacenar las sugerencias en 2 categorías: aprobadas y descartadas; las hojas de sugerencias solicitan únicamente la fecha, para control y orden en el archivo y se estableció que las sugerencias sean anónimas para comodidad de los colaboradores. La evaluación a cargo de la Gerente Administrativa por medio de una lista de cotejo concluye que los objetivos planteados fueron alcanzados, y los plazos para la ejecución se cumplieron y se adaptaron a las necesidades de la organización.

## CONCLUSIONES

De acuerdo a la realización del presente proyecto se presentan las siguientes conclusiones.

La evaluación desarrollada por medio del diagnóstico de comunicación, contribuyó a identificar los principales problemas de comunicación interna que existen en la organización, que, a su vez, permitió tomar las consideraciones necesarias para la implementación de estrategias y acciones que posibilitaron adecuar positivamente los procesos de comunicación interna de la organización.

La continuación de los procesos alcanzados con este proyecto, permitirá localizar áreas y situaciones de oportunidad para aumentar el desarrollo de la comunicación interna de la organización con sus colaboradores, además de una visualización más precisa de los servicios de atención y de información que el público objetivo demande.

La comunicación es uno de los aspectos más importantes que las organizaciones poseen, pero en muchas ocasiones no se le da la importancia debida para su correcta gestión, lo que provoca que no se brinde la consideración y atención oportuna para impulsar mejores relaciones y convivencia dentro de la organización.

Una planificación adecuada de lo que se quiere llevar a cabo, los objetivos que se esperan obtener y los recursos que se van a utilizar, permite una visión más clara de la ejecución de las acciones, los gastos de ejecución y de las alternativas viables cuando se presenten inconvenientes que permitan reducir el riesgo de desviarse de lo que se pretende realizar.

El recurso humano involucrado directa o indirectamente con la gestión y el proceso de comunicación de la organización, es un pilar fundamental para la ejecución exitosa de cualquier planificación estratégica que se quiera implementar, sin el apoyo de los colaboradores involucrados en el proceso comunicativo es muy complicado llegar a la consecución de los resultados que se pretenden.

A pesar de que la Organización Cristo Rey cuenta con un Departamento de Comunicación, la gestión de la comunicación de la institución es deficiente, tampoco cuenta con una estrategia de comunicación definida para poder abordar las necesidades de comunicación e información, pero por el contrario, también se evidencia el interés de la organización al disponer un área específica que cuenta con equipamiento y recursos materiales, económicos y electrónicos, de los que se puede obtener grandes beneficios, teniendo una adecuada asesoría comunicacional.

Los canales de comunicación utilizados por la Organización Cristo Rey para el acceso a la información, no abarcaban a la totalidad del público objetivo, el rango de edades de los colaboradores es amplio, lo que significa que los medios de recepción de información de cada uno son diferentes; la renovación de los canales existentes y la creación de nuevos canales se adaptan a la mayor parte de los colaboradores, facilita el acceso a la información, procura el conocimiento de opiniones, incrementa la interacción y fortalece la comunicación e información institucional.

## RECOMENDACIONES

Con base en los resultados del presente proyecto se hacen las siguientes recomendaciones:

Se sugiere a la Organización Cristo Rey, apoyarse en las diferentes fases del presente proyecto, como base para futuros planes, con el fin de enriquecer los procesos internos de comunicación en la organización, teniendo en cuenta, que este proyecto solamente corresponde al preámbulo de todo el trabajo que se debe realizar para lograr una eficiente comunicación dentro y fuera de la organización.

Se aconseja a la Organización Cristo Rey, la continuación de las acciones para mejorar la comunicación interna implementadas a lo largo de esta práctica, bajo un cuidadoso control de los estándares establecidos, la correcta utilización de cada una de las herramientas disponibles creadas durante el proyecto y el seguimiento correspondiente de acuerdo a los instrumentos entregados para su posterior evaluación.

Se insta, a planificar estratégicamente todas las acciones que se quieran implementar en la organización, para lograr los objetivos comunicacionales que se planteen desde la culminación de este proyecto y enfatizar la capacitación constante de cada uno de los involucrados directamente en la gestión de la comunicación en la organización.

Invertir en estudios y proyectos que busquen seguir mejorando la comunicación de la organización, la actualización de las herramientas comunicativas y su correcta ejecución, el crecimiento continuo del servicio de atención al público objetivo y la accesibilidad a la información.

Aprovechar y explotar los recursos materiales, humanos y digitales que actualmente existen en el Departamento de Comunicación, así mismo, incentivar a los colaboradores y personal encargado a no descuidar un departamento tan importante como el de comunicación que puede generar grandes beneficios para la organización.

Adquirir los servicios de un profesional para el puesto de *Community Manager*, que se encargue exclusivamente de la administración y desarrollo de la comunidad online de la red social *Facebook* de la organización, así mismo, tomar en consideración la oportunidad de lograr mayor alcance por medio de las publicaciones pagadas de anuncios en *Facebook*, como también, evaluar la posibilidad de tener presencia en las diferentes redes sociales como *Instagram* y *YouTube*.

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

1. **Acciones:** Actividades concretas que se llevan a cabo según la estrategia marcada.
2. **After effects:** Aplicación para la creación, composición y edición de gráficos digitales en movimiento.
3. **Aleatorio:** El concepto permite calificar a aquello que se vincula a la suerte y que resulta imprevisto.
4. **Animación:** En animación por computadora es la técnica que consiste en crear imágenes en movimiento mediante el uso de un programa de edición.
5. **Asesoría:** Colaboración que una empresa o individuo brinda para que la compañía o persona pueda gestionar sus recursos de manera exitosa.
6. **Barreras de comunicación:** Obstáculos y dificultades que pueden surgir durante el proceso comunicativo, y entorpecer la correcta culminación del mismo o deformar el mensaje original.
7. **Base de datos:** Colección de información organizada de forma que un programa de ordenador pueda seleccionar rápidamente los fragmentos de datos que necesite, es un sistema de archivo electrónico.
8. **Calendario editorial:** Recurso que nos permite organizar y planificar todos los aspectos de contenido relacionados con las publicaciones de un blog o redes sociales.
9. **Canal de comunicación:** Constituye una vía por la que se comunica un mensaje o se transmite la información.

10. **Colaboradores:** Personas que pertenecen y participan activamente en las actividades de la organización.
11. **Copy:** Texto que pretende contar lo que la institución quiere comunicar al público objetivo.
12. **Croma:** Técnica audiovisual que se usa ampliamente tanto en cine y televisión como en fotografía para extraer un color de la imagen y reemplazar el área que ocupaba por otra imagen.
13. **Cronograma de Gantt:** Es una herramienta para planificar y programar tareas a lo largo de un periodo determinado.
14. **Departamento de Comunicación:** Área encargada de gestionar la comunicación interna y externa de una entidad.
15. **Diagnóstico:** Estudio, evaluación o análisis ordenado y sistemático sobre determinado ámbito u objeto.
16. **Difusión:** Propagar información, dato o noticia con la misión de hacerlo público y ponerlo en conocimiento de una importante cantidad de individuos.
17. **Ejecución:** Coordinación de personas y los recursos necesarios para llevar a cabo la planificación prevista.
18. **Ejes estratégicos:** Pilares fundamentales que resumen las áreas de desarrollo estratégico.
19. **Encuadre:** Fragmento del espacio que capta el objetivo de una cámara.
20. **Entidad religiosa:** Comunidad religiosa, inscrita en el registro público de entidades religiosas, una vez inscrita estas instituciones tienen personalidad jurídica y plena

autonomía pudiendo establecer sus propias normas de organización, régimen interno y régimen de su personal.

21. **Epesista:** Estudiante que realiza el Ejercicio Profesional Supervisado.
22. **EPSL:** Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura.
23. **Estándares:** Que ofrece reglas, guías o características para que se use repetidamente.
24. **Estrategia de comunicación:** Conjunto de decisiones y acciones programadas para comunicar de una manera efectiva, en base a objetivos concretos.
25. **Factibilidad:** Disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados.
26. **Fanpage:** Sección creada dentro de la red social Facebook para hacer de canal de comunicación entre una marca, personaje u organización con sus seguidores.
27. **Flujo de información:** Movimiento de información entre departamentos e individuos dentro de una organización.
28. **FODA:** Estudio de la situación de una empresa u organización a través de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, de esta manera planificar una estrategia en el futuro.
29. **Fuente:** Documentos que contienen datos útiles para satisfacer una demanda de información o conocimiento.
30. **Gestión:** Conjunto de acciones u operaciones relacionadas con la administración y dirección de una organización.

31. **Guion literario:** Es un documento en el que se relata la acción que vamos a ver en una historia audiovisual, se describen diálogos y las acciones de los personajes, se describen los planos mediante los cuales se va a contar la historia, vemos indicaciones de movimientos de cámara, tipos de plano, encuadre y angulación de la cámara.
32. **HD:** Alude a *high definition*: es decir, alta definición.
33. **Illustrator:** Programa informático y un editor de gráficos vectoriales que, por tanto, sirve para la edición y modificación de esta clase de imágenes.
34. **Implementación:** Acción y efecto de poner en funcionamiento una determinada cosa.
35. **InDesign:** Programa informático utilizado para el diseño de documentos que eventualmente se imprimirán de manera estándar o se visualizarán en línea. Comúnmente se usa para paginar periódicos, revistas y otros materiales de publicación.
36. **Información:** Conjunto de datos, ya procesados y ordenados para su comprensión, que aportan nuevos conocimientos a un individuo o sistema sobre un asunto, materia, fenómeno o ente determinado.
37. **Informe:** Exposición oral o escrita sobre el estado de una cosa o de una persona, sobre las circunstancias que rodean un hecho, etc.
38. **Integración:** Acto de unir, incorporar y/o entrelazar partes para que forme parte de un todo.
39. **Interacción:** Acción, relación o influencia recíproca entre dos o más personas o cosas.
40. **Lista de cotejo:** Instrumento de observación y verificación que permite la revisión de ciertos indicadores durante o después del proceso de ejecución, su nivel de logro o la ausencia del mismo.

41. **Muestra:** Es un subconjunto de datos perteneciente a una población de datos.
42. **Multimedia:** Que está destinado a la difusión por varios medios de comunicación combinados, como texto, fotografías, imágenes de video o sonido, generalmente con el propósito de educar o de entretener.
43. **Organización:** Grupo de personas y medios organizados con un fin determinado.
44. **Personalidad jurídica:** Consiste en reconocer que alguien (una persona) o una entidad (empresa, asociación o fundación) tiene derechos y unas obligaciones.
45. **Photoshop:** Programa informático y herramienta de edición de imágenes y fotografía.
46. **Plano medio:** Este plano encuadra desde la cabeza a la cintura.
47. **Plantilla:** Es un modelo que se puede utilizar para crear otros documentos.
48. **Presentadora:** Persona que funge como guía e imagen principal de un programa.
49. **Procesos comunicativos:** Conjunto de las diferentes actividades que se encuentran estrechamente relacionadas con el intercambio de datos. El proceso de comunicación necesita, por lo menos, un emisor y de un receptor.
50. **Público objetivo:** Se trata del público al que se dirigen las acciones de comunicación.
51. **Punto de información:** Espacio que contribuye a la orientación y satisfacción de información de las personas.
52. **Recursos:** Conjunto de elementos disponibles para resolver una necesidad o para llevar a cabo una acción en una empresa.

53. **Red social:** Página web en la que los internautas intercambian información personal y contenidos multimedia de modo que crean una comunidad de amigos virtual e interactiva.
54. **Relaciones interpersonales:** Las relaciones interpersonales son vínculos o lazos entre las personas integrantes de una comunidad.
55. **Retroalimentación:** Reacciones inmediatas del receptor frente a un mensaje: estas reacciones llegan al emisor a través de distintos medios y posibilitan un ajuste en la comunicación.
56. **SFX:** Es una abreviación en inglés de *special effects*: efectos especiales.
57. **Tergiversación:** Modificar el sentido de un discurso o de un suceso para provocar una interpretación equivocada.
58. **Video noticiero:** Programa de televisión en el que se dan a conocer noticias de interés público a una colectividad con intereses en común.
59. **WhatsApp:** Aplicación que permite enviar y recibir mensajes instantáneos a través de un teléfono móvil (celular).
60. **WhatsApp Business:** Aplicación móvil que ha sido desarrollada especialmente para pequeñas y medianas empresas y sirve para facilitar las interacciones con los clientes, ofrece herramientas para automatizar, organizar y responder rápidamente a los mensajes.

## BIBLIOGRAFÍA

- Arias, F.G. (2012). *El proyecto de investigación*. Caracas, Venezuela: Editorial Episteme.
- Behar, D.S. (2008). *Metodología de la investigación*. Bogotá, Colombia: Editorial Shalom.
- Berceruelo, B. (2016). *Comunicación empresarial*. Madrid, España: Editorial Estudio de comunicación.
- Gomez, S. (2012). *Metodología de la investigación*. Tlalnepantla, México: Editorial Tercer Milenio.
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación*. Distrito Federal, México: Editorial McGraw-Hill Interamericana editores S.A.
- Jiménez, R. (1998). *Metodología de la investigación*. La Habana, Cuba: Editorial Ciencias Médicas.
- Ongallo, C. (2007). *Manual de comunicación*. Madrid, España: Editorial Dykinson S.L.
- Capriotti, P. (2013). *Planificación estratégica de la Imagen Corporativa*. Málaga, España: Editorial Ariel.
- Tironi, E., y Cavallo, A. (2011). *Comunicación estratégica, vivir en un mundo de señales*. Santiago, Chile: Editorial Taurus Pensamiento.
- Wells, W., Burnett, J., y Moriarty, S. (2000). *Publicidad, principios y prácticas*. Naucalpan de Juárez, México: Editorial Prentice-Hall Hispanoamérica.

## E GRAFÍA

- Ávila, H.L. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación*. Recuperado de [www.eumed.net/libros/2006c/203/](http://www.eumed.net/libros/2006c/203/)
- Aguilar, J. y Vargas, J. (2010). Comunicación asertiva. Recuperado de [http://eoepsabi.educa.aragon.es/descargas/G\\_Recursos\\_orientacion/g\\_5\\_habilidades\\_sociales/g\\_5.3.hhss\\_asertivas/1.6.Comunicacion%20asertiva.pdf](http://eoepsabi.educa.aragon.es/descargas/G_Recursos_orientacion/g_5_habilidades_sociales/g_5.3.hhss_asertivas/1.6.Comunicacion%20asertiva.pdf)
- Espiñeira, P. (2010). La comunicación en las organizaciones en la sociedad del conocimiento. Recuperado de <http://www.xente.mundo-r.com/ansede/comunica.pdf>
- Fajardo, G. y Nivia, A. (2016). Relaciones públicas y comunicación organizacional, Ejes de la comunicación “Guía de conceptos y saberes”. Recuperado de [https://www.utadeo.edu.co/files/node/publication/field\\_attached\\_file/pdf-relaciones\\_publicas\\_-\\_web-16\\_0.pdf](https://www.utadeo.edu.co/files/node/publication/field_attached_file/pdf-relaciones_publicas_-_web-16_0.pdf)
- Castellano, A. (2013) Comunicación corporativa: al otro lado de la información, Cómo hemos cambiado. Recuperado de <http://evocaimagen.com/cuadernos/cuadernos9.pdf>

## ANEXOS

### Entrevista 1

Fecha: 3/2/2019

Entrevista a: Junta Directiva, Organización Cristo Rey.

Tipo de entrevista: Estructurada

Objetivo de la entrevista: Comunicación interna.

Nombre del entrevistado: Beatriz Bajan de López

Edad: 29      Sexo: M  F       Antigüedad en la organización (en años): 20

### Cargo: Secretaria General

1. ¿Cuál considera que es el principal problema de comunicación en la organización?
  - **Falta de interés o compromiso**
  - **Falta de planificación**
2. ¿Cuáles son los medios por los cuales usted recibe información de la organización?  
(Marque con una "X").

Mensaje de texto		Reuniones informativas	x
Llamada telefónica	x	Cartelera de anuncios	x
Boletines	x	Calendario de actividades	x
Mantas publicitarias		WhatsApp	x
Redes sociales	x	De boca en boca	x

3. ¿Considera que los canales de comunicación interna que utiliza la organización son los adecuados?  
Si: **X** No\_\_\_  
¿Por qué?  
**Son los que la gente conoce o se siente familiarizado.**
4. ¿La información recibida por parte de la organización es clara y fácil de trasladar a los demás colaboradores?  
Si: **X** No\_\_\_      ¿Por qué? **Son instrucciones sencillas.**

5. ¿Cuáles son los medios por los cuales usted envía información de la organización?  
(Marque con una “X”).

Mensaje de texto	X	Reuniones informativas	X
Llamada telefónica	X	Cartelera de anuncios	X
Boletines	X	Calendario de actividades	X
Mantas publicitarias	X	WhatsApp	X
Redes sociales	X	De boca en boca	X

6. Si usted pudiera mejorar algo en la comunicación interna de la organización, ¿Qué sería?

**Que todos conozcan los medios que utilizamos.**

7. ¿Conoce las metas y los objetivos de la organización?

Si: **X** No\_\_\_

8. ¿Considera efectiva la comunicación interna de la organización?

Si\_\_\_ No\_\_\_ **A veces**

¿Por qué?

**Las personas por falta de tiempo no colaboran.**

## Entrevista 2

Fecha: 3/2/2019

Entrevista a: Junta Directiva, Organización Cristo Rey.

Tipo de entrevista: Estructurada

Objetivo de la entrevista: Comunicación interna.

Nombre del entrevistado: Aura Hernández

Edad: 64      Sexo: M  F       Antigüedad en la organización (en años): 22

### Cargo: Tesorera

1. ¿Cuál considera que es el principal problema de comunicación en la organización?

**La falta de unidad**

2. ¿Cuáles son los medios por los cuales usted recibe información de la organización?  
(Marque con una "X").

Mensaje de texto		Reuniones informativas	x
Llamada telefónica		Cartelera de anuncios	x
Boletines		Calendario de actividades	x
Mantas publicitarias		WhatsApp	x
Redes sociales		De boca en boca	

3. ¿Considera que los canales de comunicación interna que utiliza la organización son los adecuados?

Si: **X** No\_\_\_

¿Por qué?

**Porque me mantienen al día.**

4. ¿La información recibida por parte de la organización es clara y fácil de trasladar a los demás colaboradores?

Si: **X** No\_\_\_      ¿Por qué? **No responde.**

5. ¿Cuáles son los medios por los cuales usted envía información de la organización?  
(Marque con una “X”).

**No la traslada**

6. Si usted pudiera mejorar algo en la comunicación interna de la organización, ¿Qué sería?

**Nada.**

7. ¿Conoce las metas y los objetivos de la organización?

Si: **X** No\_\_\_

8. ¿Considera efectiva la comunicación interna de la organización?

Si: **X** No\_\_\_

¿Por qué?

**No contesta.**

### Entrevista 3

Fecha: 3/2/2019

Entrevista a: Junta Directiva, Organización Cristo Rey.

Tipo de entrevista: Estructurada

Objetivo de la entrevista: Comunicación interna.

Nombre del entrevistado: Rudy Morales

Edad: 55      Sexo: M  F       Antigüedad en la organización (en años): 15

#### Cargo: Encargada de Academia

1. ¿Cuál considera que es el principal problema de comunicación en la organización?

**Llegan tarde.**

2. ¿Cuáles son los medios por los cuales usted recibe información de la organización?

(Marque con una "X").

Mensaje de texto		Reuniones informativas	x
Llamada telefónica	x	Cartelera de anuncios	
Boletines		Calendario de actividades	x
Mantas publicitarias		WhatsApp	
Redes sociales	x	De boca en boca	x

3. ¿Considera que los canales de comunicación interna que utiliza la organización son los adecuados?

Si: **X** No\_\_\_

¿Por qué?

**Se debe personalizar, debido a que es Academia.**

4. ¿La información recibida por parte de la organización es clara y fácil de trasladar a los demás colaboradores?

Si: **X** No\_\_\_      ¿Por qué? **Debido a las instrucciones que se recibe en reuniones.**

5. ¿Cuáles son los medios por los cuales usted envía información de la organización?  
(Marque con una “X”).

Mensaje de texto	x	Reuniones informativas	x
Llamada telefónica	x	Cartelera de anuncios	
Boletines		Calendario de actividades	
Mantas publicitarias		WhatsApp	
Redes sociales		De boca en boca	x

6. Si usted pudiera mejorar algo en la comunicación interna de la organización, ¿Qué sería?

**La participación de toda la organización. Socializar la información.**

7. ¿Conoce las metas y los objetivos de la organización?

Si\_\_\_ No: **X**

8. ¿Considera efectiva la comunicación interna de la organización?

Si\_\_\_ No: **X**

¿Por qué?

**Debe de existir claridad y dirección de lo que se quiere, y socializarlo a todos.**

#### Entrevista 4

Fecha: 3/2/2019

Entrevista a: Junta Directiva, Organización Cristo Rey.

Tipo de entrevista: Estructurada

Objetivo de la entrevista: Comunicación interna.

Nombre del entrevistado: José Luis Batres

Edad: 44      Sexo: M  F       Antigüedad en la organización (en años): 10

#### Cargo: Junta Directiva

1. ¿Cuál considera que es el principal problema de comunicación en la organización?

**No llega la información a todos los miembros de forma directa.**

2. ¿Cuáles son los medios por los cuales usted recibe información de la organización?

(Marque con una "X").

Mensaje de texto		Reuniones informativas	
Llamada telefónica		Cartelera de anuncios	x
Boletines		Calendario de actividades	
Mantas publicitarias		WhatsApp	
Redes sociales		De boca en boca	x

3. ¿Considera que los canales de comunicación interna que utiliza la organización son los adecuados?

Si \_\_\_ No: **X**

¿Por qué?

**Falta abarcar todos los canales que tienen disponibles.**

4. ¿La información recibida por parte de la organización es clara y fácil de trasladar a los demás colaboradores?

Si \_\_\_ No: **X**

¿Por qué? **No es siempre, pero algunas veces la información no llega claramente a todos los involucrados**

5. ¿Cuáles son los medios por los cuales usted envía información de la organización?  
(Marque con una “X”).

Mensaje de texto	x	Reuniones informativas	
Llamada telefónica		Cartelera de anuncios	
Boletines		Calendario de actividades	
Mantas publicitarias		WhatsApp	x
Redes sociales		De boca en boca	x

6. Si usted pudiera mejorar algo en la comunicación interna de la organización, ¿Qué sería?  
**Buscar un método para alcanzar a todos los miembros en forma efectiva y no que los mismos tengan información que no es crucial.**

7. ¿Conoce las metas y los objetivos de la organización?  
Si\_\_\_ No: **X**

8. ¿Considera efectiva la comunicación interna de la organización?

Si\_\_\_ No: **X**

¿Por qué?

**Hay pequeños grupos donde la comunicación es efectiva, pero no abarca al 100% de la organización.**

## Entrevista 5

Fecha: 3/2/2019

Entrevista a: Junta Directiva, Organización Cristo Rey.

Tipo de entrevista: Estructurada

Objetivo de la entrevista: Comunicación interna.

Nombre del entrevistado: Evelyn Ramírez

Edad: 22      Sexo: M  F       Antigüedad en la organización (en años): 12

### Cargo: Vocal 3

1. ¿Cuál considera que es el principal problema de comunicación en la organización?

**El no tener tiempo para asistir a las reuniones**

2. ¿Cuáles son los medios por los cuales usted recibe información de la organización?

(Marque con una "X").

Mensaje de texto		Reuniones informativas	x
Llamada telefónica		Cartelera de anuncios	
Boletines	x	Calendario de actividades	
Mantas publicitarias		WhatsApp	
Redes sociales		De boca en boca	

3. ¿Considera que los canales de comunicación interna que utiliza la organización son los adecuados?

Si: **X** No\_\_\_

¿Por qué?

**No contesta**

4. ¿La información recibida por parte de la organización es clara y fácil de trasladar a los demás colaboradores?

Si: **X** No\_\_\_      ¿Por qué? **No contesta.**

5. ¿Cuáles son los medios por los cuales usted envía información de la organización?  
(Marque con una “X”).

Mensaje de texto		Reuniones informativas	
Llamada telefónica		Cartelera de anuncios	
Boletines		Calendario de actividades	
Mantas publicitarias		WhatsApp	x
Redes sociales	x	De boca en boca	

6. Si usted pudiera mejorar algo en la comunicación interna de la organización, ¿Qué sería?

**Expresar de una manera más dinámica la información.**

7. ¿Conoce las metas y los objetivos de la organización?

Si: **X** No: \_\_\_

8. ¿Considera efectiva la comunicación interna de la organización?

Si: \_\_\_ No: **X**

¿Por qué?

**No contesta.**

## Entrevista 6

Fecha: 3/2/2019

Entrevista a: Junta Directiva, Organización Cristo Rey.

Tipo de entrevista: Estructurada

Objetivo de la entrevista: Comunicación interna.

Nombre del entrevistado: Mardoqueo López

Edad: 55      Sexo: M  F       Antigüedad en la organización (en años): 18

### Cargo: consejero de jóvenes

1. ¿Cuál considera que es el principal problema de comunicación en la organización?

**A veces hay temor de preguntar y/o personas muy reservadas.**

2. ¿Cuáles son los medios por los cuales usted recibe información de la organización?

(Marque con una "X").

Mensaje de texto	x	Reuniones informativas	x
Llamada telefónica		Cartelera de anuncios	
Boletines		Calendario de actividades	x
Mantas publicitarias		WhatsApp	x
Redes sociales		De boca en boca	x

3. ¿Considera que los canales de comunicación interna que utiliza la organización son los adecuados?

Si: **X** No\_\_\_

¿Por qué?

**Considero que la información es completa y fidedigna.**

4. ¿La información recibida por parte de la organización es clara y fácil de trasladar a los demás colaboradores?

Si: **X** No\_\_\_      ¿Por qué? **Porque es muy puntual.**

5. ¿Cuáles son los medios por los cuales usted envía información de la organización?  
(Marque con una “X”).

Mensaje de texto	x	Reuniones informativas	
Llamada telefónica	x	Cartelera de anuncios	
Boletines		Calendario de actividades	
Mantas publicitarias		WhatsApp	
Redes sociales		De boca en boca	x

6. Si usted pudiera mejorar algo en la comunicación interna de la organización, ¿Qué sería?

**Creo que la a veces la información no llega con la suficiente anticipación.**

7. ¿Conoce las metas y los objetivos de la organización?

Si: **X** No\_\_\_

8. ¿Considera efectiva la comunicación interna de la organización?

Si: **X** No\_\_\_

¿Por qué?

**Normalmente todos tenemos acceso a la información que a cada uno corresponde.**

### Modelo de la encuesta:

La siguiente encuesta tiene como fin recolectar información para diagnosticar la comunicación interna de esta organización; a continuación, se le presentan varias preguntas, por favor conteste según sea el caso de acuerdo a la respuesta que mejor exprese su opinión.

Edad: \_\_\_\_ Sexo: M  F  Antigüedad en la organización (en años): \_\_\_\_

A qué área pertenece: \_\_\_\_\_

### COMUNICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN CON SUS COLABORADORES

Marque con una “X” su respuesta:

1. ¿Cuál es su grado de satisfacción con la comunicación interna de la organización con sus colaboradores?

Insatisfecho \_\_\_\_ Regular \_\_\_\_ Satisfecho \_\_\_\_

2. Indique cuáles de las siguientes herramientas de comunicación son de interés para usted:

Cartelera de anuncios \_\_\_\_ Mensajes de texto \_\_\_\_ Llamada \_\_\_\_ Volante \_\_\_\_  
Redes sociales \_\_\_\_ WhatsApp \_\_\_\_ Reuniones informativas \_\_\_\_ Mantas Publicitarias \_\_\_\_

3. Valore el grado de efectividad que tienen las herramientas de comunicación interna utilizadas por la organización:

Nada efectiva \_\_\_\_ Poco efectiva \_\_\_\_ Medio efectiva \_\_\_\_ Efectiva \_\_\_\_

4. ¿La comunicación de la organización logra que se sienta parte de la organización y se comprometa con los objetivos de ésta?

Nunca \_\_\_\_ En ocasiones \_\_\_\_ Siempre \_\_\_\_

5. ¿La comunicación interna de la organización le permite conocer los valores de la organización?

Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_

6. ¿La comunicación interna de la organización le permite conocer y entender la visión?

Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_

7. ¿La comunicación interna de la organización le permite conocer las actividades o eventos de la organización?

Si \_\_\_\_ En ocasiones \_\_\_\_ No \_\_\_\_

8. ¿Utiliza redes sociales? Si\_\_\_ No\_\_\_ ¿Cuáles?  
 Facebook\_\_\_ Instagram\_\_\_ Twitter\_\_\_ YouTube\_\_\_ WhatsApp\_\_\_
9. ¿Con qué frecuencia revisa sus redes sociales?  
 1 o 2 veces al día\_\_\_ 3 a 5 veces al día\_\_\_ Más de 6 veces al día\_\_\_
10. ¿Con qué frecuencia recibe usted información acerca de la organización?  
 1 o 2 vez por semana\_\_\_ 3 a 5 veces por semana\_\_\_ Todos los días\_\_\_

COMUNICACIÓN CON LOS COMPAÑEROS:

11. ¿Considera que la comunicación con sus compañeros de área es efectiva?  
 Si\_\_\_ No\_\_\_
12. ¿Considera que la comunicación con los compañeros de otra área es efectiva?  
 Si\_\_\_ No\_\_\_
13. ¿Cuáles de los siguientes canales de comunicación emplea para comunicarse con sus compañeros? (Marque con una "X")

Mensaje de texto		Reuniones informativas	
Llamada telefónica		Redes sociales	
Calendario de actividades		WhatsApp	
De boca en boca			

1	Edad							Sexo			Antigüedad en la organización			1. ¿Cuál es su grado de satisfacción con la comunicación interna de la Organización con sus colaboradores?			2. Indique cuáles de las siguientes de las siguientes herramientas de comunicación son de interés para usted.								
	No. de encuesta	11 a 20	21 a 30	31 a 40	41 a 50	51 a 60	61 a 70	Masculino	Femenino	No respondió	1 a 10	11 a 20	21 a 30	Insatisfecho	Regular	Satisfecho	Cartelero de anuncios	Mensajes de texto	Llamada telefónica	Volante	Redes sociales	WhatsApp	Reuniones informativas	Mantas publicitarias	
1																									
2																									
3																									
4																									
5																									
6																									
7																									
8																									
9																									
10																									
11																									
12																									
13																									
14																									
15																									
16																									
17																									
18																									
19																									
20																									
21																									
22																									
23																									
24																									
25																									
26																									
27																									
28																									
29																									
30																									
31	TOTAL	8	12	5	0	2	1	13	14	1	17	9	2	0	0	16	12	13	9	4	1	15	13	6	5

1	3. Valere el grado de efectividad que tienen las herramientas de comunicación interna utilizadas por la organización.				4. ¿La comunicación de la organización logra que se sienta parte de la organización y se comprometen con los objetivos de esta?			5. ¿La comunicación interna de la organización le permite conocer los valores de la organización?		6. ¿La comunicación interna de la organización le permite conocer y entender la visión?		7. ¿La comunicación interna de la organización le permite conocer las actividades o eventos de la organización?		8. ¿Utiliza redes sociales? ¿Cuáles?								
	No. de encuesta	Nada efectiva	Poco efectiva	Medio efectiva	Efectiva	Nunca	En ocasiones	Siempre	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Facebook	Instagram	Twitter	YouTube	WhatsApp	
1																						
2																						
3																						
4																						
5																						
6																						
7																						
8																						
9																						
10																						
11																						
12																						
13																						
14																						
15																						
16																						
17																						
18																						
19																						
20																						
21																						
22																						
23																						
24																						
25																						
26																						
27																						
28																						
29																						
30																						
31	TOTAL	0	4	12	12	0	16	12	26	2	23	5	15	12	1	27	1	23	12	5	10	26

1	9. ¿Con qué frecuencia revisa sus redes sociales?			10. ¿Con qué frecuencia recibe usted información acerca de la organización?				11. ¿Considera que la comunicación con sus compañeros de área es efectiva?		12. ¿Considera que la comunicación con los compañeros de otra área es efectiva?		13. ¿Cuáles de los siguientes canales de comunicación emplea para comunicarse con sus compañeros?								
	No. de encuesta	1 o 2 veces al día	3 a 5 veces al día	Más de 6 veces al día	1 o 2 veces por semana	3 a 5 veces por semana	Todos los días	No responde	Si	No	Si	No	Mensaje de texto	Llamada telefónica	Calendario de actividades	WhatsApp	Reuniones informativas	Redes sociales	De boca en boca	
1																				
2																				
3																				
4																				
5																				
6																				
7																				
8																				
9																				
10																				
11																				
12																				
13																				
14																				
15																				
16																				
17																				
18																				
19																				
20																				
21																				
22																				
23																				
24																				
25																				
26																				
27																				
28																				
29																				
30																				
31	TOTAL	4	7	17	24	1	1	2	27	1	16	12	13	17	7	23	9	15	21	

Capturas de pantalla de la matriz o vaciado de las encuestas que formaron parte del diagnóstico de comunicación interna de la Organización Cristo Rey. Fuente: Elaboración propia.



*Reunión de información en la Organización Cristo Rey. Observación directa*



*Encuesta a colaboradores de la Organización Cristo Rey.*



*Entrevista integrantes de la Junta Directiva de la Organización Cristo Rey: Joel López y Aura Hernández.*

FICHA DE OBSERVACIÓN			
OBSERVADOR:		FICHA No.	
FECHA Y DURACIÓN:			
LUGAR:			
REGISTRO DE OBSERVACIÓN:			

*Ficha para registro de datos de observación. Fuente: elaboración propia.*

Aspectos importantes para la observación:

- Puntualidad de la reunión
- Personas que asisten
- Atención e interés
- Hay dudas
- Se resuelven las dudas
- Hay participación
- Existe retroalimentación
- Manejo de la reunión
- Material de ayuda adecuado
- Respeto
- Lugar adecuado

*Imagen de la Ficha de observación, instrumento utilizado para registro de datos de observación; además de una lista de los aspectos más importantes a tomar en cuenta para realizar la observación. Fuente: elaboración propia.*



Librería y papelería de la Organización Cristo Rey; de la cual se extraerán los materiales necesarios para la elaboración de las Agendas de planificación anual.

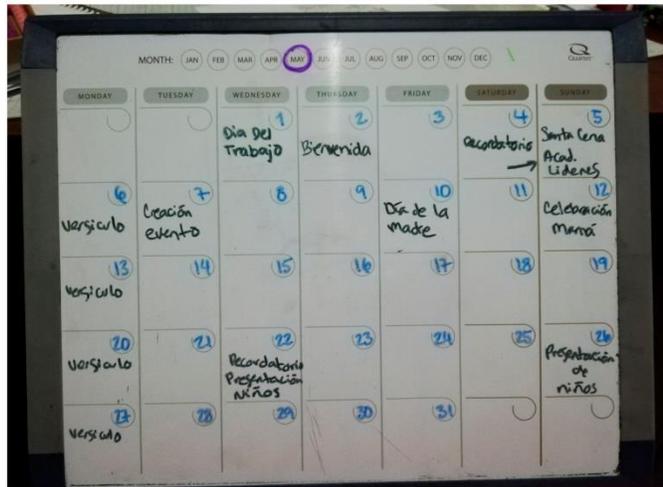
SUPER NEGOCIOS HMI S.A.  
 11 AV. #19-15 ZONA 5 COLONIA PARAISO DEL FRUTAL  
 P.O. BOX 23016200  
 Cotización No: 2019041008286247  
 Fecha Transacción: 08/04/2019 2:53:58p. m.  
 Asesor de Venta: SHY COMISION DEFINIDA

Código Cliente: 0091-100011 CONSUMIDOR FINAL  
 NIT/CIF Nombre: CONSUMIDOR FINAL  
 Dirección: CIUDAD  
 Teléfono:

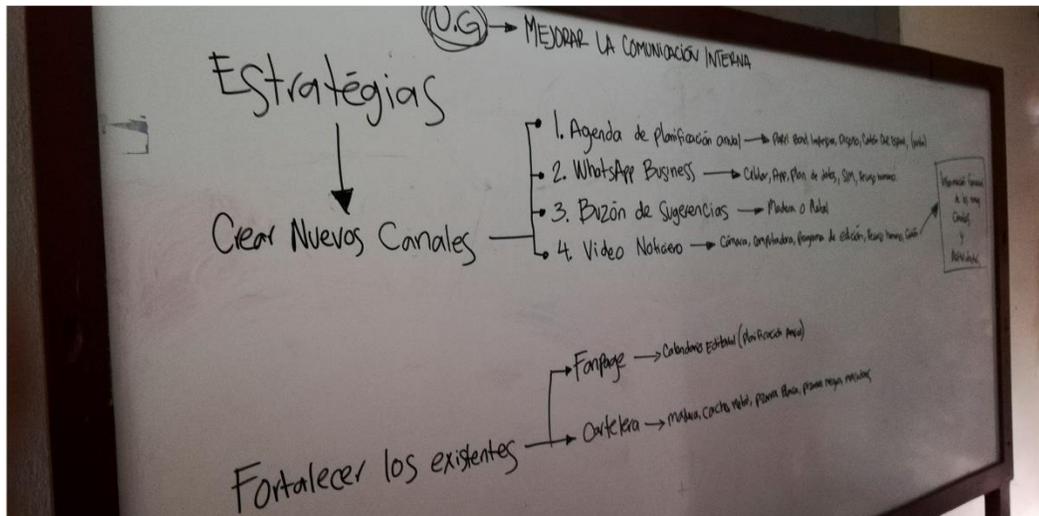
PROFORMA DE VENTA						
No.	Código	Descripción	Medida	unidades	Precio Unitario	Total
1	103032	PLYWOOD OKUME 4 0 X 1200 X 2440 MM.	UNIDAD	2.00	78.50	157.00
2	102822	(3/16") KINGPLY LAMINA LISA CAL 28 MM TERNIUM	UNIDAD	1.00	52.60	52.60
Depositar en cuentas No.:					Total:	209.60

G&P Super Mayor El Frutal No. 88-0016880-5  
 Industrial: Super Negocios HMI S.A. No. 23-2001093-8  
 Bancarías: Super Negocios HMI S.A. No. 37-0006419-2  
 BAH: Super Negocios HMI S.A. No. 38-2018013-3  
 B.C.: Super Negocios HMI S.A. No. 901383868

Fotografía de cotización de materiales para la base del nuevo punto de información, como parte de las estrategias para mejorar la comunicación interna de la Organización Cristo Rey.



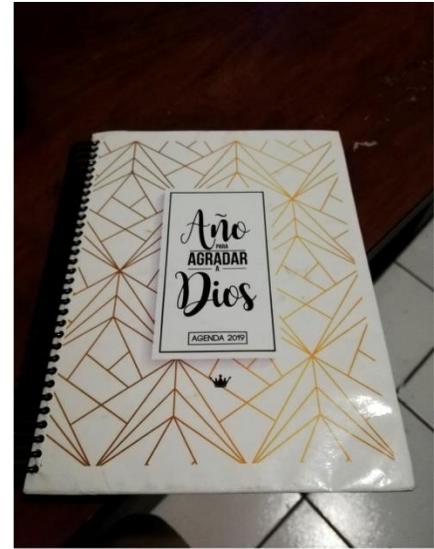
Pizarra portátil de marcador no permanente con calendario editable, utilizada para la creación del calendario editorial para la fanpage de la Organización Cristo Rey, correspondiente a mayo, se utilizará en la planificación de contenido de los siguientes meses.



Explicación resumida de la planificación expuesta a la Junta Directiva de la Organización Cristo Rey para su aprobación.



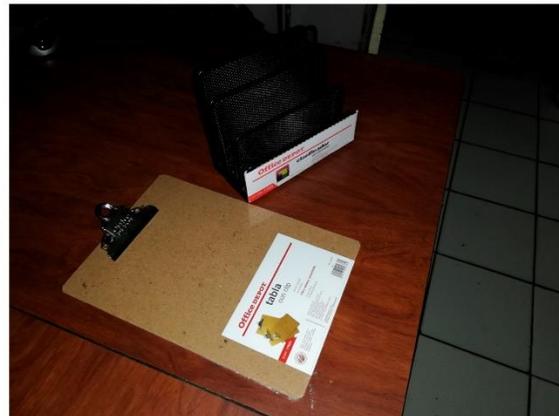
Agenda para hombres finalizada, esta agenda se diferencia de la agenda para mujeres: en la portada, en los calendarios, portadas de mes y colores.



Resultado final de la agenda para hombres.



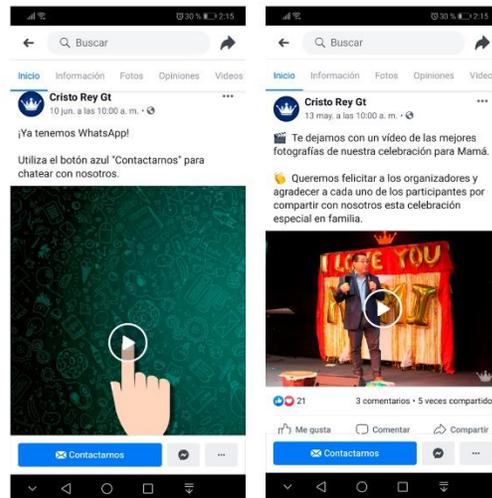
Portada de agenda para mujeres luego del proceso de agujereado con encuadernadora, lista para ser armada.



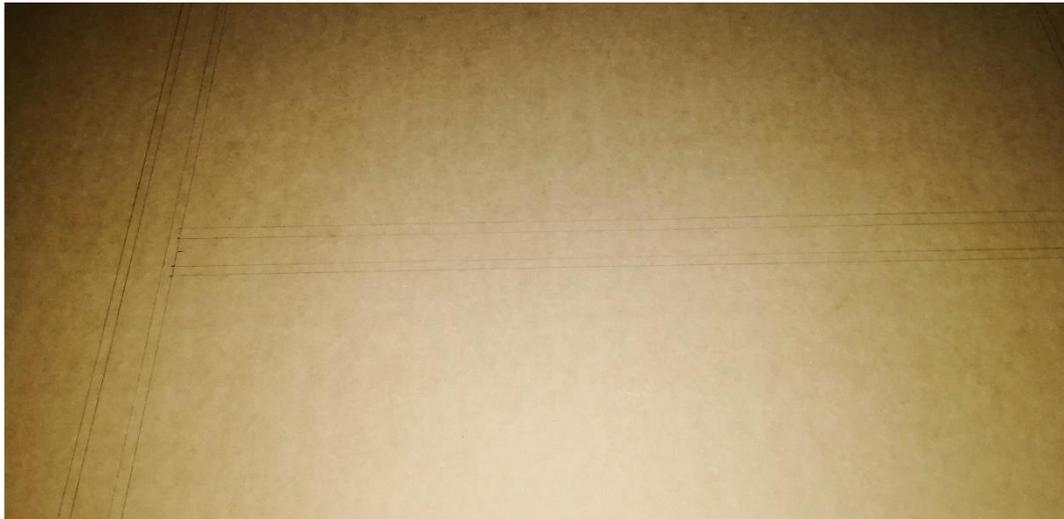
Ordenador de metal para colocar hojas de sugerencias y tabla con clip para facilitar uso del buzón de sugerencias.



Resultado final del buzón de sugerencias.



Algunos videos publicados en la página de Facebook de la Organización Cristo Rey



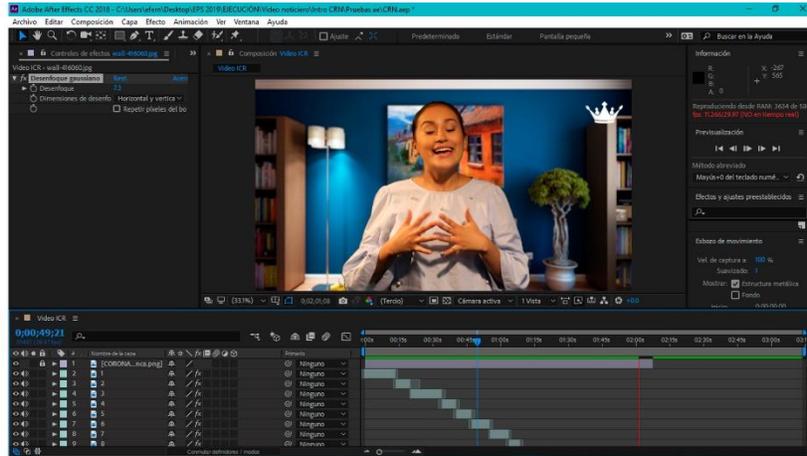
*Marcación de líneas guías para la correcta colocación de cada una de las secciones, las divisiones y los marcos del punto de información.*



*Preparación de la pintura negra de agua, para pintar las paredes del área del punto de información y el buzón de sugerencias.*



*Inauguración del punto de información en la Organización Cristo Rey. Observación de algunos colaboradores.*



*Separación completa del fondo verde (Croma), y colocación de fondo "ambiente" en After Effects.*



*Pruebas de reproducción de video y audio del noticiero Cristo Rey News en las pantallas de la organización*



*Colocación de iluminación para grabación de video.*



*Teléfono celular inteligente utilizado para implementar WhatsApp Business en la organización.*

**Lista de cotejo para control y seguimiento de las acciones estratégicas de comunicación ejecutadas en la Organización Cristo Rey.**

Acción a evaluar: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

Nombre: Cesia Paola Santos Rodriguez, Gerente Administrativa.

L = Logrado    E.P. = En proceso    N.L. = No logrado

Criterio	L	E.P	N.L.	Observaciones
La acción se ejecutó correctamente como se planteó en la planificación				
Se logró el objetivo trazado				
Se cumplió el objetivo en el plazo establecido				
La acción se adaptó a las necesidades de la organización				
La integración del público objetivo con la acción fue favorable				
Existió retroalimentación				
Se utilizó la acción para darle solución a los diferentes problemas comunicativos				
La organización se encuentra satisfecha con el resultado de la ejecución de la acción.				
¿Se presentó algún problema durante la ejecución de la acción?				
Observaciones generales:				

**Lista de cotejo para control y seguimiento de las acciones estratégicas de comunicación ejecutadas en la Organización Cristo Rey.**

Acción a evaluar: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

Nombre: Erick Fernando Diaz Méndez, Epesista.

L = Logrado    E.P. = En proceso    N.L. = No logrado

Criterio	L	E.P	N.L.	Observaciones
La acción se ejecutó correctamente como se planteó en la planificación				
Se logró el objetivo trazado				
Se cumplió el objetivo en el plazo establecido				
La acción se adaptó a las necesidades de la organización				
La integración del público objetivo con la acción fue favorable				
Existió retroalimentación				
Se utilizó la acción para darle solución a los diferentes problemas comunicativos				
La organización se encuentra satisfecha con el resultado de la ejecución de la acción.				
¿Se presentó algún problema durante la ejecución de la acción?				
Observaciones generales:				

Captura de pantalla de la lista de cotejo para evaluación de las acciones ejecutadas. Evaluadora: Gerente Administrativa.

Captura de pantalla de la lista de cotejo para evaluación de las acciones ejecutadas. Evaluador: Epesista

**Tu opinión es importante para nosotros.**

Si tienes alguna idea, sugerencia o comentario que deses compartir con nosotros, escríbelo en esta hoja y deposítala en el buzón; tu opinión será de gran ayuda para mejorar.

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

Gracias por tu colaboración

---

**Tu opinión es importante para nosotros.**

Si tienes alguna idea, sugerencia o comentario que deses compartir con nosotros, escríbelo en esta hoja y deposítala en el buzón; tu opinión será de gran ayuda para mejorar.

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

Gracias por tu colaboración

Diseño para impresión de las hojas de sugerencias para el buzón de sugerencias.





**FATIMA EXPRESS, S.A.**  
FATIMA EXPRESS  
11 CALLE 5-53, ZONA 9, LOCAL 11, 1J Y 1K  
GUATEMALA, GUATEMALA  
N.I.T. 6394286-0

AUTORIZACION SEGUN RESOLUCION  
2019-1-61-836317 DEL 10/04/2019  
DEL 100001 AL 125000  
Vence el 10/04/2021

Factura Serie FEL No. 101015

Nombre: IGLESIA EVANGELICA CRISTO REY  
NIT: 8302920-6  
Direccion: CIUDAD

21233035 X 2 X 19.55 39.10  
PAPEL CONTACTO TOPTICAN 6129. 39.10  
TOTAL 39.10  
TOTAL A PAGAR 39.10  
EFECTIVO 50.00  
CAMBIO 10.90

11/06/2019 08:15:59  
Cajero: Verónica Xuya

NO SE ACEPTAN  
CAMBIOS, NI DEVOLUCIONES  
SERVICIO AL CLIENTE  
SUJETO A PAGOS TRIMESTRALES  
WWW.FATIMA.COM.GT

Factura de pizarra adhesiva blanca para sección de punto de información.

**Librería Valladolid** N° 006019  
IRMA AMARILIS LOPEZ LEMUS  
34 Avenida 19-87 Zona 7 Local F,  
Villa Hermosa 1, San Miguel Petapa  
Guatemala

FACTURA  
SERIE B  
NIT: 10275207

DIA: 04 MES: 07 AÑO: 19

NOMBRE: Iglesia Evangelica  
DIRECCION: Cristo Rey  
NIT: 8302920-6

CANT.	DESCRIPCION	VALOR
1	cava grasas	21.00
Cancelado		
SUJETO A PAGOS TRIMESTRALES		TOTAL Q. 21.00

NIT. SEG. RES. 2018-01-02888 DEL 21-08-2018 DEL 0001 AL 7000. IMPRESA Y SERVIDOS POR PUNTO DE INFORMACION S.A. C. A. P.BX. 2423-8900 - NIT: 153222-7 - 110.000 - 02/2019 DEL No. B-001 AL No. B-110.000. ORIGINAL: CLIENTE / DUPLICADO: CONTRIBUIDOR FECHA DE VENCIMIENTO: 21/06/2021

Factura de grapas para letras de identificación de punto de información.

**SUPER GANGAS Y MAS** FACTURA  
SERIE B  
LOCAL POINT, S.A.  
10a. Avenida 1-42, Zona 4  
PBX: 2201-2020  
Guatemala, Guatemala  
E-mail: supergargas@gmail.com

No. 009078  
SUJETO A PAGOS TRIMESTRALES

NIT: 8078644-4  
04 de Julio 2019

NOMBRE: Francisco Diaz  
DIRECCION: NIT: 62706920

CANTIDAD	DESCRIPCION	P./UNITARIO	TOTAL Q.
2	Vasos liquidos	17.50	35.00
1	Yeso acayoli		7.00
1	borrador		6.00
2	Rollos papel	15	30.00
1	borrador		5.00
1	Yeso creativo		65.00
1	Dry-erase markers		47.00
1	Yeso color		4.00
1	cañita Magante	15	15.00
TOTAL Q. 215.00			

AUTORIZADO SEGUN RESOLUCION No. 2019-1-61-816709 DE FECHA 28/03/2019. VENCE 28/03/2021.  
FORMULARIOS STANDARD, S. A. PBX: 2423-8900 - NIT: 153222-7 - 110.000 - 03/2019 DEL No. B-001 AL No. B-110.000.  
ORIGINAL (CLIENTE)

Factura de material para uso de las secciones del punto de información.

**Difecom**  
Distribuidora Ferretera Comercial, S. A.

FLOR DE PIEDAD JIMENEZ PINEDA DE GONZALES  
35 AVENIDA 20-01 ZONA 7 VILLA HERMOSA I  
SAN MIGUEL PETAPA, GUATEMALA  
E-mail: difecom2@gmail.com

FACTURA SERIE C  
C0701  
No. 0701  
04 de Julio, 2019

NIT: 4497503-1 GUATEMALA

NOMBRE: IGLESIA EVANGELICA CRISTO REY NIT: 8302920-6  
DIRECCION: CIUDAD TEL:

CODIGO	CANTIDAD	DESCRIPCION	P. UNITARIO	IMPORTE TOTAL
7005005	13.00	Tornillo philips negro No. 8 x 3	0.31	3.97
9311624	4.00	Armella cerrada cromada no.16	1.00	4.00
8300050	1.00	Brocha Mango Plastico PT-1163 1/2"	3.00	3.00
TOTAL EN DIFECOM SUJETAZALES 97/100		TOTAL Q.		10.97

SUJETO A PAGOS TRIMESTRALES

AUTORIZADO SEGUN RESOLUCION No. 2019-1-61-765592 DE FECHA 28/02/2019. VENCE 28/02/2020.  
FORMULARIOS STANDARD, S. A. PBX: 2423-8900 - NIT: 153222-7 - 5.000 - 02/2019 DEL No. C-0001 AL No. C-5.000.  
ORIGINAL CLIENTE (ADQUIRIENTE)

Factura de materiales para la instalación de punto de información

**FACTURA**

LUGAR: FECHA: DIA MES AÑO

NOMBRE:

DIRECCIÓN: Guatemala 29/06/19

PLAZO: NIT: TEL:

CANT.	DESCRIPCIÓN	IMPORTE
1	Buzón para Cartas según las medidas x estilo de la foto	
	Total	125.00
		75.00
		50.00

IMPORTE EN LETRAS: TOTAL Q. 47418103

Fecha emitida 04/07/19

Fernando Diaz Tel. 35400020

7 401084 900727

Factura de elaboración de buzón de sugerencias de madera según medidas de boceto.

**FACTURA**

LUGAR: FECHA: DIA MES AÑO

NOMBRE:

DIRECCIÓN: Guatemala 01/07/19

PLAZO: NIT: TEL:

CANT.	DESCRIPCIÓN	IMPORTE
2	Tiras de 50x244 lar	
5	Tiras de 5X112 cm	
1	Tira de 5X.90 cm Color Madera.	
	Total	40.00

IMPORTE EN LETRAS: TOTAL Q.

Fecha emitida 01/07/19

Yubeg A. Muñoz

Cancelado

7 401084 900727

Factura de reglas de melamina para marco de punto de información.

**MISCELANEA "LA NUEVA"**  
20 Calle 32-29, Zona 7 • Villa Hermosa 1  
San Miguel Petapa, Guatemala  
Carmen Inés Saquén Moroney  
FERRETERIA EN GENERAL

NIT: 732900-2 PATENTE DE COMERCIO 157408 Y 240.121

GUATEMALA 02 07 19 N° 044921

NOMBRE: Iglesia Evangelica Cristo Rey NIT: 8302920-6

DIRECCIÓN:

CANT.	DESCRIPCIÓN	VALOR
1	Gal. pintura latex universal	43.00

Total a Pagar: 50.00

Resolución 2019-1-61-88346j de fecha 14-1-2019 de 1 a 30090

Fuimos designados como agentes de retención del impuesto del valor agregado, no retiene" de acuerdo con el artículo 5 del decreto 20-2006

Sujeto a pagos Trimestrales  
www.puntotaranja.com.gt  
www.facebook/puntotaranja.gt  
¡¡ACEPTAMOS VISA CUOTAS!!

SUJETO A PAGOS TRIMESTRALES TOTAL Q. 43.00

Original: Cliente (Blanco) Duplicado: Contabilidad (Verde)

Factura de pintura de agua color negro para paredes de buzón de sugerencias y punto de información.

LE PLAN, SOCIEDAD ANONIMA LE PLAN 67  
PN VILLA HERMOSA VN 02 - COD1062  
C.C. Pacifico Villa Hermosa Kiosko 01K06, Villa Nueva, Guatemala  
Teléfono: 24805162 NIT: 5104349-1

Serie: V19-02 No. 6178  
Fecha: 16/07/2019  
Nombre: IGLESIA EVANGELICA CRISTO REY  
NIT: 8302920-6  
Dirección: CD

50	084437001	50.00
Recarga Electrónica Tuenti		
Total:		50.00
(-) Descuento:		0.00
(+) Cargo:		0.00
Total a Pagar:		50.00

Resolución 2019-1-61-88346j de fecha 14-1-2019 de 1 a 30090

Fuimos designados como agentes de retención del impuesto del valor agregado, no retiene" de acuerdo con el artículo 5 del decreto 20-2006

Sujeto a pagos Trimestrales  
www.puntotaranja.com.gt  
www.facebook/puntotaranja.gt  
¡¡ACEPTAMOS VISA CUOTAS!!

Factura de recarga electrónica, paquete de datos para funcionamiento de WhatsApp Business.

**ESTACION DE SERVICIO VILLA HERMOSA**  
INGESOROS, SOCIEDAD ANONIMA  
NIT: 9585244-1

GUATEMALA 02 07 2019

NOMBRE: Iglesia Evangelica Cristo Rey NIT: 8302920-6

DIRECCIÓN:

CANT.	DESCRIPCIÓN	VALOR
1.92	GASOLINA SUPER	50.00
	GASOLINA REGULAR	
	DIESEL	
	LUBRICANTES	

AFECTO A COP: Super Q4 70/Gal, Regular Q4 80/Gal, Diesel Q1 30/Gal

TOTAL EN LETRAS: TOTAL Q. 50.00

FACTURA SERIE B 34269

SUJETO A PAGOS TRIMESTRALES ORIGINAL CLIENTE (ADJURANTE) + BLANCO  
AUTORIZADO SEGUN RESOLUCION: 2016-1-61-85508 DE FECHA 11/12/16 VENCE 21/12/2020  
MPPEX NIT: 306975-1 415-6555 mpex1@hydro.es +23,000 DEL 10,001 AL 35,000 Serie B

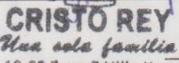
Factura de gasolina por gastos de transporte.

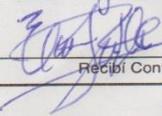
**CRISTO REY**  
35 Avenida 19-90, Zona 7 Colonia Villa Hermosa 1  
San Miguel Petapa Guatemala Teléfono (502) 2448-3631  
Siguenos en  Iglesia Cristo Rey  
www.cristoreygt.org

**RECIBO DE EGRESOS**  
**Nº 0254**

Guatemala, 10 de junio de 2019

RECIBIMOS DE:	Organización Cristo Rey	
LA CANTIDAD DE:	Setecientos noventa y dos con 30/100	
CHEQUE No.:	Material otorgado de librería y papelería con valor de	Q. 792.30
POR CONCEPTO DE:	10 resmas de hojas, 2 paquetes de espiral, 1 pegador Chip, 3 rollos contact 2 botes de silicona, 50h de <del>120g</del> impresiones laser y tinter p/impresión	

  
**CRISTO REY**  
*Una sola familia*  
 35 Av. 19-90 Zona 7 Villa Hermosa 1  
 San Miguel Petapa, Guatemala

  
 Recibí Conforme  
 Erick Fernando Díaz Méndez  
 2261 49110 0101

ORIGINAL: Cliente  
DUPLICADO: Contabilidad

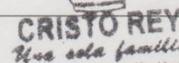
Recibo de egresos de la Organización Cristo Rey, por concepto de los materiales utilizados en la elaboración de las agendas de planificación anual.

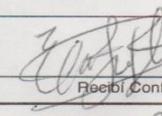
**CRISTO REY**  
35 Avenida 19-90, Zona 7 Colonia Villa Hermosa 1  
San Miguel Petapa Guatemala Teléfono (502) 2448-3631  
Siguenos en  Iglesia Cristo Rey  
www.cristoreygt.org

**RECIBO DE EGRESOS**  
**Nº 0261**

Guatemala, 08 de julio de 2019

RECIBIMOS DE:	Organización Cristo Rey	
LA CANTIDAD DE:	Trenta y siete con 50/100	
CHEQUE No.:	Material de librería y papelería con un valor de	Q. 37.50
POR CONCEPTO DE:	25 hojas bond, 3 impresiones y 1 caja de tachuelas	

  
**CRISTO REY**  
*Una sola familia*  
 35 Av. 19-90 Zona 7 Villa Hermosa 1  
 San Miguel Petapa, Guatemala

  
 Recibí Conforme  
 Erick Díaz  
 2261 49110 0101

ORIGINAL: Cliente  
DUPLICADO: Contabilidad

Recibo de egresos de la Organización Cristo Rey, por concepto de material de librería y papelería para buzón de sugerencias y punto de información.

Ficha bibliográfica	
Autor:	Año:
Título:	
Subtítulo:	
País:	Ciudad:
Editorial:	Volúmenes:
No. de páginas:	
Grado académico:	Universidad:
Periódico/Revista:	Consultado: / / Tipo:
URL:	

Ficha resumen		
Libro	Pag.	Páginas:
Autor:	Edición:	Año:
Editorial:	País:	Otros:
Resumen:		
Ficha electrónica: Fecha:	Publicación:	No. URL:

Ficha bibliográfica y ficha de resumen utilizadas para este proyecto. Fuente: Elaboración propia

Lista de cotejo para control y seguimiento de las acciones estratégicas de comunicación ejecutadas en la Organización Cristo Rey				
Acción a evaluar:	Fecha: 15-julio-2019			
Nombre: Cesia Paola Santos Rodríguez, Gerente Administrativa.				
L = Logrado		E.P. = En proceso		N.L. = No logrado
Criterio	L	E.P.	N.L.	Observaciones
La acción se ejecutó correctamente como se planteó en la planificación	✓			Se aprobó bozón de buzón 15-06-2019
Se logró el objetivo trazado	✓			
Se cumplió el objetivo en el plazo establecido	✓			Se instaló el 10-07-19
La acción se adaptó a las necesidades de la organización	✓			
La integración del público objetivo con la acción fue favorable	✓			
Existió retroalimentación	✓			Ya existen sugerencias.
Se utilizó la acción para darle solución a los diferentes problemas comunicativos	✓			-Antes no se podía saber la opinión de los colaboradores.
La organización se encuentra satisfecha con el resultado de la ejecución de la acción.	✓			-El resultado del buzón fue el aprobado por la organización.
¿Se presentó algún problema durante la ejecución de la acción?	-Ninguno-			
Observaciones generales:				
-El buzón de sugerencias nos permite tener otro punto de vista sobre las necesidades de la organización.				
				

Lista de cotejo para evaluación de las acciones. La evaluación fue realizada por la Gerente administrativa.

Guion video noticiero Cristo Rey 2019		
Mes: junio	Fecha de grabación: 28/05/2019	Presentador (a): Jennifer Barrios
Encuadre	Descripción/Imagen	Diálogo/Sonido
Plano medio	Introducción Cristo News, animación (Logo Cristo Rey)	SFX introducción
	Grabación en fondo verde (croma), en única dirección: frontal.	<p>Jennifer: (Tono cordial)</p> <p>Bendiciones Familia, esto es: Cristo Rey News; bienvenidos a nuestra casa. Iniciamos un nuevo mes y tu presencia nos llena de alegría.</p> <p>En junio iniciaremos con nuestra serie "Trabaja con excelencia", aprenderemos que todo lo que hagamos debe ser acompañado de amor.</p> <p>Estas son nuestras actividades del mes: Este domingo 2 de junio tendremos una mañana especial, pues conmemoraremos la Santa Cena en familia.</p> <p>Nuestro equipo de intercesión se reúne todos los lunes a las 8 de la mañana para orar e interceder; si tienes alguna petición especial y deseas que nos unamos contigo, solicita una hoja de petición y deposítala en nuestro buzón de oración.</p> <p>¿Aún no asistes a nuestros grupos de amistad? deseamos que te unas y que seas parte de esta bendición, recuerda que puedes consultar nuestra cartelera para conocer nuestras ubicaciones. Equipo ministerial, nuestras reuniones son todos los martes a las 7 de la noche en Cristo Rey, te esperamos.</p> <p>El domingo 16 de junio a las 9 de la mañana, tendremos una celebración muy especial para PAPÁ, deseamos compartir un tiempo especial en familia.</p>
		

Guion literario aprobado por el Departamento Administrativo para grabación del video noticiero de junio.

Calendario Editorial Organización Cristo Rey												
Año 2019			Mes: Mayo				Red Social: Facebook					
Semana	Dia	Horario	Tema	Objetivo	Copy (Mensaje)	Etiqueta/Hashtags	Tipo de Contenido				Especificaciones de contenido	
							Enlace	Texto	Imagen	Video		
S1	Lunes											
	Martes											
	Miércoles	10:00 AM	Día del trabajo	Felicitar a los colaboradores por su labor en la organización.	El trabajo es fuente de dignificación de la persona, Dios te ha puesto en ese lugar para llevar su reino a la empresa. "Pon en manos del Señor todas tus obras y tus proyectos se cumplirán". Proverbios 16:3 NVI	#CristoRey #UnaSolaFamilia #SiembreYCoseche #DiaDelTrabajo					Se hará un diseño que contenga la frase "El tiempo de Dios es perfecto, solo ve y trabaja con fe".	
	Jueves											
	Viernes	10:00 a.m	Bienvenida a Mayo	Informar la temática del mes.	Mensaje por Marvin Santos acerca del tema "Siembre y coseche"							Imagen con tema del mes de Mayo en plantilla de imágenes de la organización.
	Sábado	3:00 PM	Splash Day	Recordatorio de actividad especial	Te invitamos a compartir con nosotros un día especial, tendremos actividades para toda la familia. Fecha: 5 de							Imagen agua, verano.
	Domingo											
Lunes												
Martes												



Calendario editorial para fanpage, impreso, aprobado y entregado al Departamento Admisitrativo, correspondiente a mayo.

Lista de cotejo para control y seguimiento de las acciones estratégicas de comunicación ejecutadas en la Organización Cristo Rey.				
Acción a evaluar: Agenda de Planificación Fecha: 1/07/2019				
Nombre: Erick Fernando Diaz Méndez, Epesista.				
L = Logrado E.P. = En proceso N.L. = No logrado				
Criterio	L	E.P	N.L	Observaciones
La acción se ejecutó correctamente como se planteó en la planificación	/			Se tardó un poco más por los cambios de diseño Solicitudes.
Se logró el objetivo trazado	/			Se creó una agenda el la cual están las actividades a realizar
Se cumplió el objetivo en el plazo establecido	/			
La acción se adaptó a las necesidades de la organización	/			
La integración del público objetivo con la acción fue favorable	/			Se solicitó impresión de más agendas.
Existió retroalimentación	/			
Se utilizó la acción para darle solución a los diferentes problemas comunicativos	/			el problema era el tiempo en la impresión, con la agenda se entienda la información
La organización se encuentra satisfecha con el resultado de la ejecución de la acción.	/			
¿Se presentó algún problema durante la ejecución de la acción?				los cambios en el diseño y maquetación del Archivo digital de la agenda.
Observaciones generales: Se realizaron 30 ejemplares de agenda, los cuales fueron vendidos por la organización en su totalidad el día de la Presentación de la agenda (30/06/19).				

Lista de cotejo para evaluación de las acciones. Evaluación realizada por el epesista.



Diseño para presentación de las estadísticas de mayo de la fanpage de la organización. Recursos de FreePik, fuente: elaboración propia.



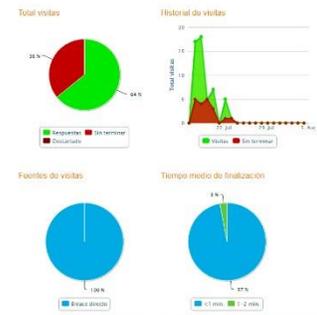
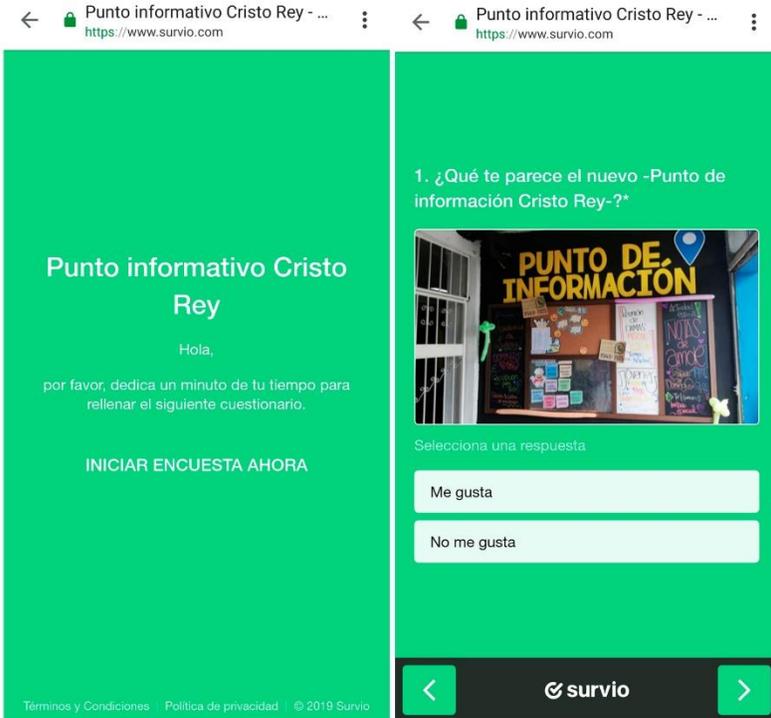
Diseño para presentación de las estadísticas de junio de la fanpage de la organización. Recursos de FreePik, fuente: elaboración propia.



Diseño para presentación de las estadísticas de julio de la fanpage de la organización. Recursos de FreePik, fuente: elaboración propia.

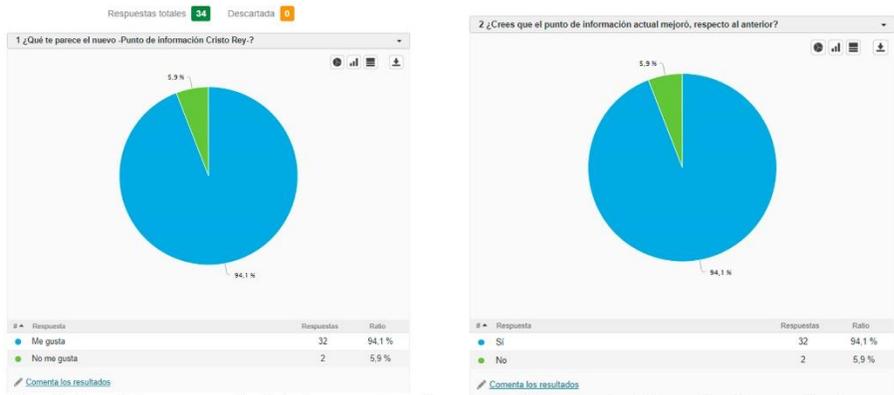


Diseño para presentación de las estadísticas del 2 de junio al 15 de julio de WhatsApp Business de la organización. Recursos de FreePik, fuente: elaboración propia.

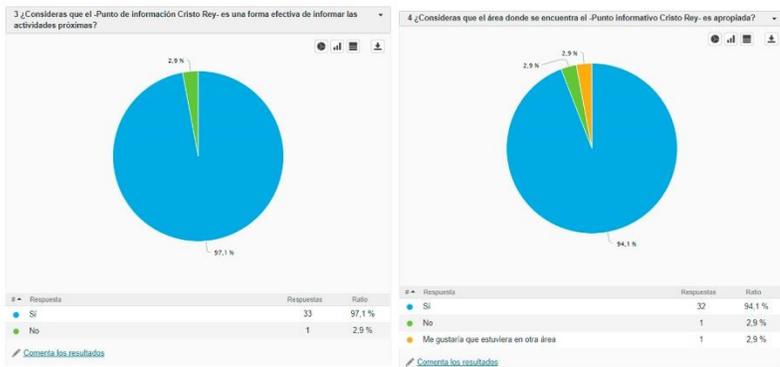


Estadísticas de total, historial, fuentes de visitas y promedio de tiempo para finalizar la encuesta en línea. Fuente: Survio.com

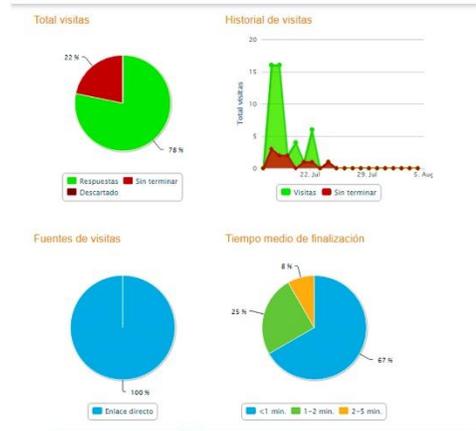
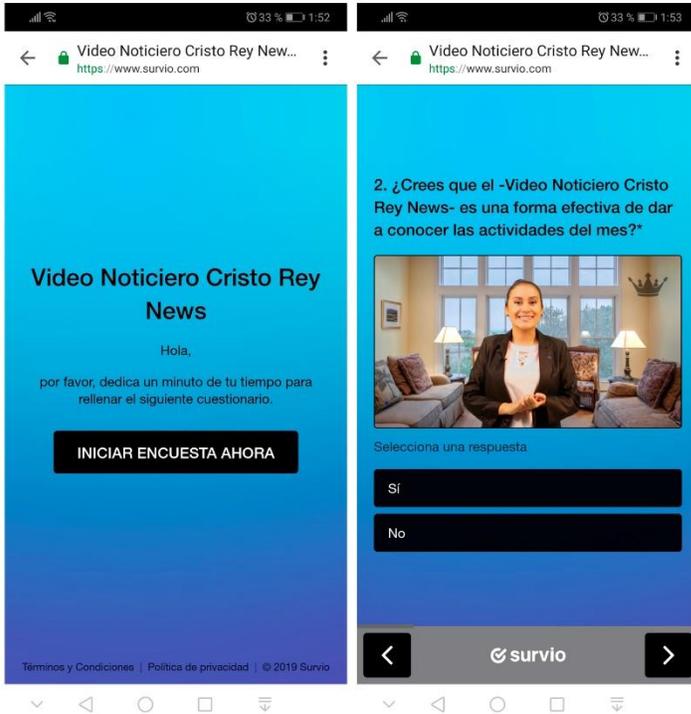
Capturas de pantalla desde teléfono celular; de la encuesta en línea enviada a los colaboradores para evaluación del punto de información.



Estadísticas de la pregunta 1 y 2 de la encuesta en línea acerca del punto de información. Fuente: Survio.com

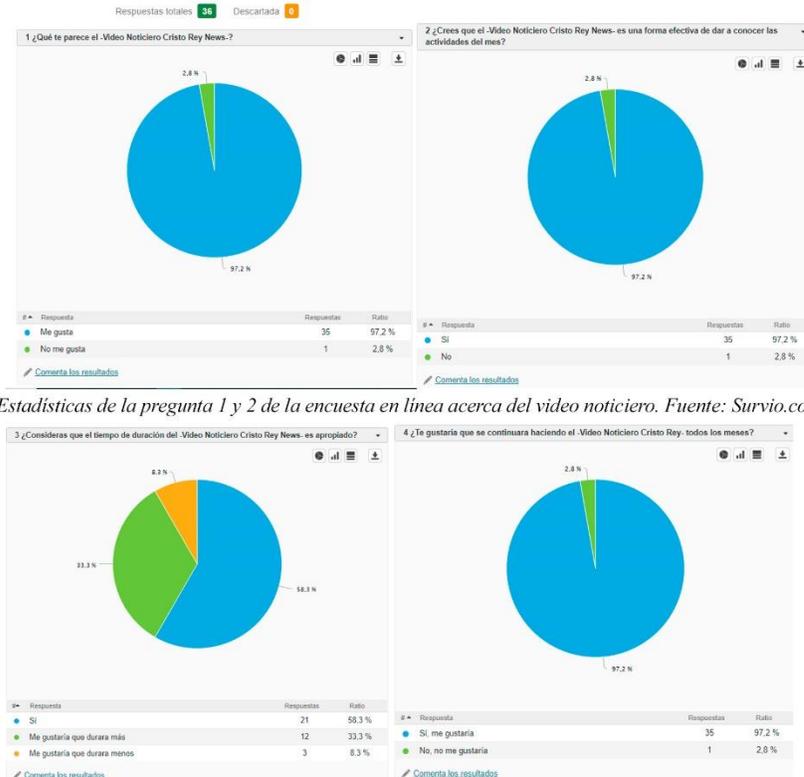


Estadísticas de la pregunta 3 y 4 de la encuesta en línea acerca del punto de información. Fuente: Survio.com



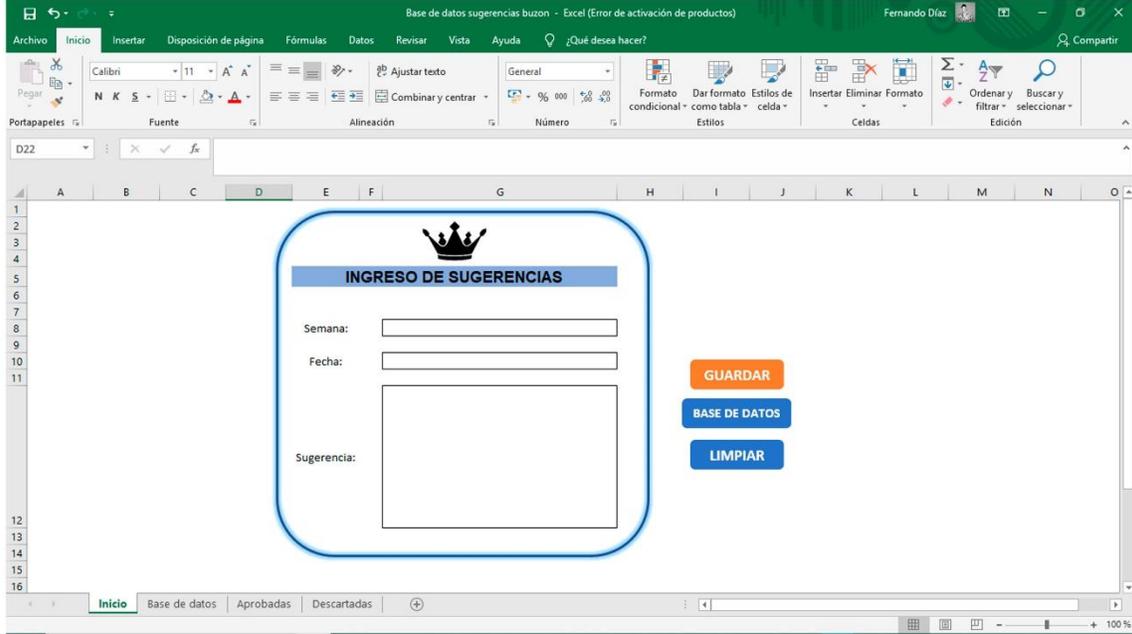
Estadísticas de total, historial, fuentes de visitas y promedio de tiempo para finalizar la encuesta en línea. Fuente: *Survio.com*

Capturas de pantalla desde teléfono celular, de la encuesta en línea enviada a los colaboradores para evaluación del video noticiero Cristo Rey News.

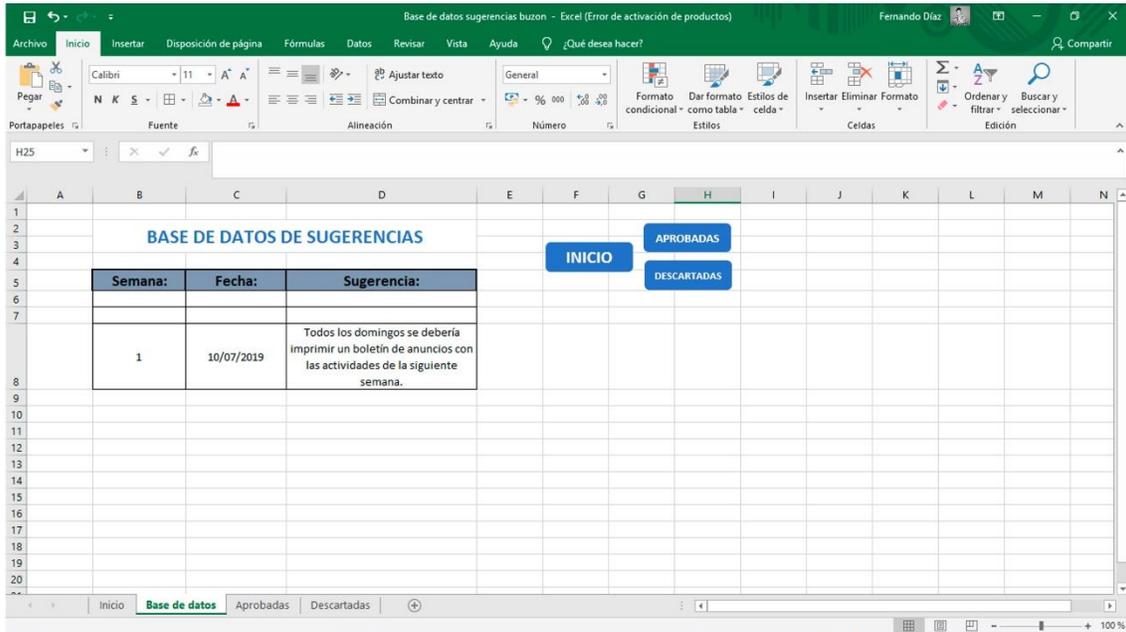


Estadísticas de la pregunta 1 y 2 de la encuesta en línea acerca del video noticiero. Fuente: *Survio.com*

Estadísticas de la pregunta 3 y 4 de la encuesta en línea acerca del video noticiero. Fuente: *Survio.com*



Captura de pantalla de la base de datos elaborada con macros de Excel, para archivar las ideas, opiniones o sugerencias que los colaboradores depositen en el buzón de sugerencias, para control y seguimiento. Fuente: elaboración propia.



Captura de pantalla de ejemplo de las sugerencias archivadas, con botón para ir al inicio, botón para dirigirse a las sugerencias aprobadas y botón para ver las sugerencias descartadas. Fuente: elaboración propia.



**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
**Escuela de Ciencias de la Comunicación**  
 Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2019



**Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada**

**Nombre del Alumno (a):** Erick Fernando Díaz Méndez  
**No. Carné y DPI:** 200811492/2261491100101  
**Jefe o Encargado (a):** Maestra, Cesia Paola Santos Rodríguez, Gerente Administrativa.  
**Institución o Empresa:** Organización Cristo Rey  
**Supervisor de EPSL:** M.A. Evelin Hernández

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 13 / Al: 18	Mayo	6	7	6	5	5	6	35 horas
2	Del: 20 / Al: 25	Mayo	6	6	5	6	5	5	33 horas
3	Del: 27/ Al: 1	Mayo/Junio	6	8	7	5	5	5	36 horas
4	Del: 3 / Al: 8	Junio	6	6	5	7	5	6	35 horas
5	Del: 10 / Al: 15	Junio	6	7	7	5	5	6	36 horas
6	Del: 17 / Al: 22	Junio	6	6	5	7	6	5	35 horas
7	Del: 24 / Al: 29	Junio	6	7	5	6	5	5	34 horas
8	Del: 1 / Al: 6	Julio	8	6	5	8	6	5	38 horas
9	Del: 8 / Al: 13	Julio	6	7	6	7	6	6	38 horas
10	Del: 15 / Al: 16	Julio	6	7	X	X	X	X	13 horas
<b>TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS</b>									333 horas

(f) **CRISTO REY**  
*U. a sola familia*  
 15 Av. 19-90 Zona 7 Villa Hermosa :  
 Miguel Petapa, Guatemala  
 Cesia Santos, Gerente Administrativa

(f) **ESCUOLA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**  
 SUPERVISORA  
 EPS  
 LICENCIATURA  
 M.A. EVELIN HERNÁNDEZ  
 M.A. Evelin Hernández – Supervisor EPSL