

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



“REFORZAMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA INSTITUCIÓN
CÁRITAS ARQUIDIOCESANA DE GUATEMALA”

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

YASODHARA RAMIREZ ALARCON
200417147

Previo a optar por el título de:

LICENCIADA 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

Representante de Egresados:

M.A. Jhonny Michael González Batres

Secretaria:

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Coordinador de EPS Licenciatura

M.A. Luis Arturo Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

M.A. Evelin Lisseth Hernández Mazariegos

Lic. Josue Othoniel Andrade de la Cruz

Licda. Krista María Ramírez Nájera.



Guatemala, 18 de septiembre de 2019

M.A Luis Pedroza

Coordinador

Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Escuela de Ciencias de la Comunicación

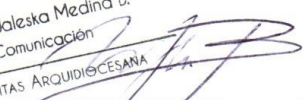

Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado maestro Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que la estudiante epesista **Yasodhara Ramírez Alarcón** con número de carné **200417147** 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 300 horas efectivas de prácticas comprendidas del 14 de mayo al 16 de julio del año en curso; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto comunicacional: **Reforzamiento de la Comunicación Interna de la Institución Caritas Arquidiocesana de Guatemala**, entregando el Material respectivo y debidamente recibido por **Caritas Arquidiocesana**.

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo de la 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,


 Waleska Medina B.
Comunicación
CÁRITAS ARQUIDIOCESANA

Licda. Waleska Medina
Coordinadora de Comunicaciones



Licda. Vanessa Cassiano
Coordinadora de Recursos Humanos

 Licda. Vanessa
Cassiano Hernández
Coordinadora de RR.HH.
CÁRITAS ARQUIDIOCESANA

Hacer el Bien, haciéndolo bien

12 calle 1-96 zona 3, El Rosario Mixco, Guatemala • PBX: 2329-5800 • www.caritasarquidiocesana.org



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



Guatemala, 14 de octubre de 2019

Estudiante
Yasodhara Ramírez Alarcon
Carné: 200417147
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: **“REFORZAMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA INSTITUCIÓN CÁRITAS ARQUIDIOCESANA DE GUATEMALA.”** 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”

Licda. Krista Ramirez
Supervisor EPS de Licenciatura



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

Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad

www.comunicacion.usac.edu.gt

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

Para efectos legales, únicamente la autora es responsable del contenido de este trabajo.

DEDICATORIAS

- A dios:** Por darme la vida y guiarme para hacer lo correcto, darme las fuerzas para luchar, permitirme culminar este momento tan importante en mi vida y demostrarme que las cosas son en su tiempo.
- A mis padres:** Que con su esfuerzo y cariño me ayudaron a seguir adelante hasta lograr cumplir esta meta.
- A mi esposo:** Por tu apoyo y paciencia, además de incentivar me a seguir adelante día con día y porque a pesar de todo me has ayudado.
- A mis hijos:** Porque todo lo que hago es por ellos, son mi razón de vivir y quiero que mi triunfo sea un ejemplo para ellos, y se den cuenta que todo lo bueno lleva tiempo y requiere esfuerzo, pero vale la pena.
- A mis hermanos:** Por su amor y porque de una u otra forma están ahí para apoyarme.

AGRADECIMIENTOS

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA:**

Por darme la oportunidad de formarme profesionalmente.

**ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN:**

Por los conocimientos obtenidos durante mis años de estudio en esta escuela.

A LOS DOCENTES:

Por compartir los conocimientos que me han ayudado a alcanzar esta meta.

CÁRITAS ARQUIDIOCESANA:

Por brindarme el apoyo necesario para realizar con éxito este proyecto.

Licda. Krista María Ramírez Nájera:

Por sus conocimientos, asesoría y apoyo en este proyecto.

ÍNDICE

RESUMEN-----	I
INTRODUCCIÓN-----	II
JUSTIFICACIÓN-----	III
CAPÍTULO I-----	1
1. DIAGNÓSTICO-----	1
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO-----	1
1.1.1. Objetivo General-----	1
1.1.2. Objetivos Específicos-----	1
1.2. LA INSTITUCIÓN -----	2
1.2.1 Ubicación Geográfica-----	2
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas-----	3
1.2.3. Antecedentes-----	5
1.2.4. Departamentos-----	8
1.2.5. Misión-----	10
1.2.6. Visión-----	11
1.2.7. Objetivos Institucionales-----	11
1.2.8. Público Objetivo-----	11
1.2.9. Organigrama-----	12
1.3. METODOLOGÍA-----	13
1.3.1. Descripción del Método-----	13
1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección-----	14
1.3.3. Cronograma del diagnóstico-----	17
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS-----	18
1.4.1. Gráficas e interpretaciones del resultado de las encuestas-----	19
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN-----	24
1.5.1. Fortalezas-----	24
1.5.2. Oportunidades-----	24
1.5.3. Debilidades-----	24
1.5.4. Amenazas-----	25
CAPÍTULO II-----	26

2. PLAN DE COMUNICACIÓN	26
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES	26
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	28
2.2.1. Objetivo General	28
2.2.2. Objetivos Específicos	28
2.3. PÚBLICO OBJETIVO	28
2.4. MENSAJE	29
2.5. ESTRATEGIAS	29
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN	29
CAPÍTULO III	35
3. INFORME DE EJECUCIÓN	35
3.1. PROYECTO DESARROLLADO	35
3.1.1. Financiamiento	35
3.1.2 Presupuesto	36
3.1.3 Beneficiarios	37
3.1.4 Recursos Humanos	37
3.1.5 Áreas Geográficas de Acción	38
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS	39
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	46
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO	47
CONCLUSIONES	48
RECOMENDACIONES	49
GLOSARIO DE TÉRMINOS	50
BIBLIOGRAFÍA	54
E GRAFÍA	56
ANEXOS	57

RESUMEN

Nombre de la Institución: Cáritas Arquidiocesana de Guatemala, Departamento de Comunicación.

Nombre del Proyecto: Reforzamiento de la Comunicación Interna de Cáritas Arquidiocesana de Guatemala.

Objetivo General:

- ✓ Mostrar nuevas formas para mejorar la Comunicación Interna de la Institución.

Objetivos Específicos:

- ✓ Elaborar material que sirva de apoyo a los diferentes departamentos de la institución para mejorar la Comunicación Interna.
- ✓ Capacitar varios colaboradores para que puedan transmitir el conocimiento adquirido a los otros.
- ✓ Dar ideas de nuevas herramientas para que puedan ser utilizadas en la institución y así dar un nuevo giro a las que ya se utilizan.

Sinopsis:

Durante el proyecto presentado en este documento se realizó la elaboración de dos guías que ayudarán al departamento de Comunicación de la Institución Cáritas Arquidiocesana de Guatemala a que tengan una forma diferente de manejar la Comunicación Interna dentro de la Institución, estas constan de nuevas ideas y el procedimiento adecuado para realizarlas.

Además se dio una pequeña capacitación a los Coordinadores y colaboradores de los departamentos de Recursos Humanos y Comunicación para que por medio de ellos se pueda llegar a los demás Coordinadores y Colaboradores de la Institución, y así pueda haber una Comunicación Interna más fluida.

INTRODUCCIÓN

El documento que es presentado a continuación se realizó para demostrar y dejar evidencia del trabajo realizado en el departamento de Comunicación de la Institución Cáritas Arquidiocesana de Guatemala.

Como primer paso, se realizó un Diagnóstico en la institución utilizando la encuesta como una herramienta cuantitativa, la cual nos permitió saber que el problema comunicacional que existe en la Institución Cáritas Arquidiocesana de Guatemala es de Comunicación Interna.

También se utilizaron herramientas cualitativas como la observación realizada a los colaboradores de la Institución para así poder obtener información y detectar más a fondo los problemas de Comunicación Interna y porqué existen.

Para poder darle solución a este problema, se plantearon objetivos y en base a estos, se creó una estrategia para ayudar en la fluidez y mejoramiento de la Comunicación Interna de la Institución.

Dentro de la Estrategia se realizaron dos guías, y una capacitación para que sea más fluida; la primera es acerca de Comunicación Interna y podemos encontrar temas relacionados a ella como: ¿Qué es la comunicación Interna?, los tipos de Comunicación Interna, entre otros.

La Segunda es acerca de procedimientos de Comunicación Interna, y en esta encontramos herramientas para que los Coordinadores de cada uno de los departamentos de la institución puedan utilizar en los diferentes tipos de Comunicación.

Por último, se realizó una capacitación para poder explicar cómo obtener una Comunicación Interna fluida, con el fin de que todos los colaboradores de la institución lleguen a enterarse de la información en el momento que se requiera.

JUSTIFICACIÓN

El propósito del EPS de la Licenciatura, es que se puedan detectar los problemas de comunicación en el lugar que se realiza, y así crear soluciones que son planificadas y ejecutadas para poder ayudar de forma positiva en el mejoramiento del problema.

Este proyecto se realizó con el fin de ayudar con el mejoramiento de la Comunicación Interna de la Institución Cáritas Arquidiocesana de Guatemala, esto tomando en cuenta que el público objetivo es interno, esto refiriéndonos a todos los colaboradores, ya que es necesario que ellos por medio de los Coordinadores de cada uno de los departamentos se mantengan informados de todo lo que respecta al lugar.

Además, es necesario que se siga fortaleciendo la pertenencia que deben sentir los colaboradores hacia la institución, para que se pueda tener una comunicación más efectiva y positiva.

CAPÍTULO 1

1. DIAGNÓSTICO

1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un Diagnóstico de la situación comunicacional actual en la Institución Cáritas Arquidiocesana.

1.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar cuáles son los canales de Comunicación Interna y su eficacia.
- Detectar los problemas de Comunicación Interna que puedan estar afectando dicha institución.
- Desarrollar estrategias comunicacionales para poder reforzar la comunicación interna ya existente.

1.2 LA INSTITUCIÓN: CÁRITAS ARQUIDIOCESANA

Departamento de Comunicación de la Institución Cáritas Arquidiócesana.

1.2.1 Ubicación Geográfica

La Institución, se encuentra ubicada en la 12 calle final 1-96 Colonia El Rosario, zona 3 del departamento de Mixco. En la primera imagen se muestra en donde se encuentra la Institución de una forma más específica, y en la segunda nos damos cuenta que es un poco más amplia, esto porque se ve cómo llegar desde diferentes puntos.



Imagen de ubicación de Cáritas Arquidiócesana

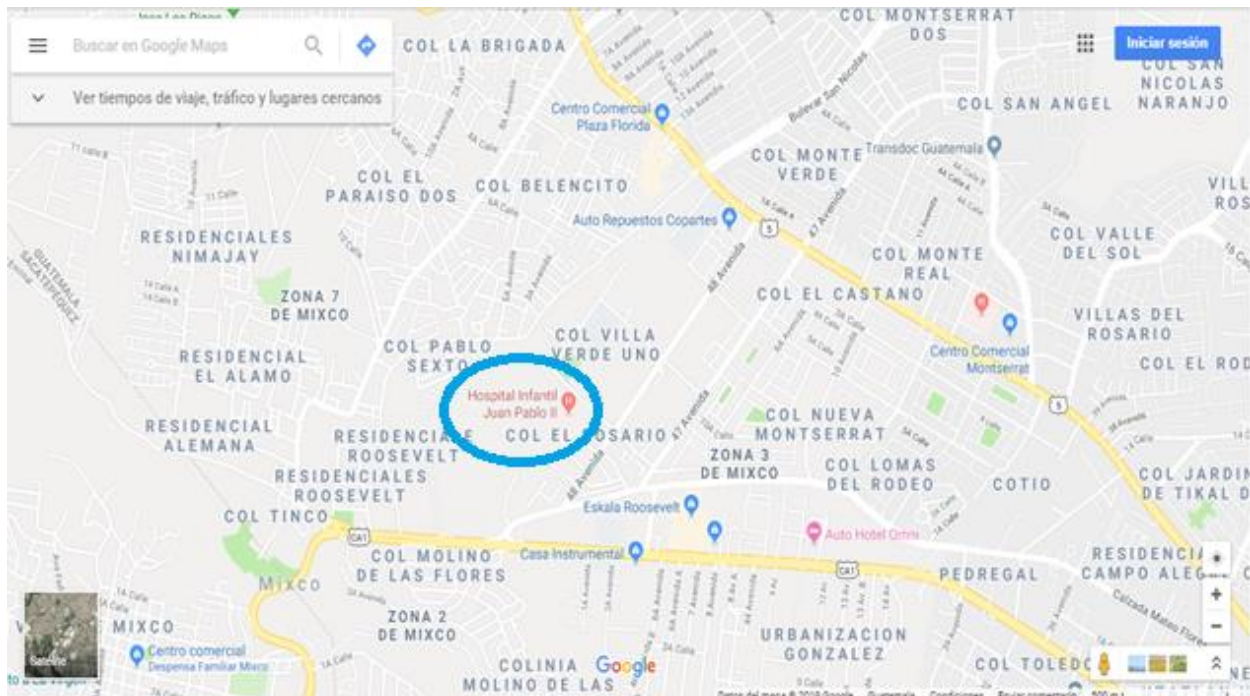


Imagen de ubicación de Cáritas Arquidiócesana desde diferentes lugares

1.2.2 Integración de Alianzas Estratégicas:

Alianzas

Por ser una Institución, que ayuda a las personas más necesitadas, tiene como aliados en esta lucha a las siguientes organizaciones:

Food For The Poor, es una organización cristiana ecuménica y no lucrativa basada en Coconut Creek en Florida (EE.UU). Que proporciona alimentos, medicinas y vivienda, entre otros servicios para los pobres en América Latina y el Caribe. Cáritas lleva muchos años contando con el apoyo de Food For The Poor, siendo uno de los donantes que apoyan con donaciones materiales y el financiamiento de los programas y los proyectos.



Hormel Foods Corporation es una compañía de alimentos, en Austin, Minnesota, Estados Unidos. Es muy conocida por la producción de “Spam”, carne en lata, comercializada desde 1926. La compañía fue fundada por George A. Hormel & Company en 1891. Su director ejecutivo, Jeffrey M. Ettinger, sus empleados y colaboradores, apoyan desde hace varios años en varios programas y proyectos, entre ellos la donación permanente de “Spammy” (jamón de pavo fortificado) formulado para nuestros niños, para apoyar la nutrición, a través del Programa Spammy.

Caritas Alemana, desde 2010, es un colaborador del Programa de Gestión. Permitiendo brindar una respuesta rápida a desastres naturales, fortaleciendo las capacidades comunitarias, al mismo tiempo ayuda a disminuir las pérdidas y consecuencias, a través de Formación de las Coordinadoras Locales para la Reducción de Desastres (COLREDS)





Transactel es el BPO (Business Process Outsourcing) más grande en Guatemala, con más de 6500 colaboradores y oficinas en diferentes países de Centro América. Transactel ofrece diversidad geográfica, programas multilingües, servicios integrados multi-canal, sólida infraestructura tecnológica y un fuerte enfoque de servicio al cliente, colabora permanentemente con Cáritas Arquidiocesana.

Iniciativa Mundial para la Soja en la Salud Humana (WISHH), un programa de la Asociación Americana de Soja (ASA), ofrece los beneficios de la proteína de soja de EE.UU. para los países en desarrollo en los que puede hacer una diferencia en la vida de hoy y en el futuro. Más de 800 millones de personas en todo el mundo, incluidos 200 millones de niños están desnutridos. La soja es muy adecuada para proporcionar la proteína, las calorías y otras necesidades nutricionales de las personas.



USAID es la agencia del gobierno de EE.UU. que trabaja para acabar con la pobreza extrema a nivel mundial y permitir a las sociedades resilientes, democráticas a darse cuenta de su potencial. Brindan donaciones de lentejas, las cuales son repartidas en las comunidades en las que se trabaja, para ayudar a mejorar la alimentación de las personas.

Feed My Starving Children, es una organización cristiana sin fines de lucro comprometida a alimentar a los niños hambrientos de Dios en cuerpo y espíritu. El enfoque es simple:



las comidas a niños y adultos la mano-pack específicamente formulados para los niños desnutridos, y se envían estas comidas a cerca de 70 países de todo el mundo.

Desde 1996 se da Plan de Educación Continua más conocido como Post grado de pediatría otorgado por la Universidad Rafael Landívar, y en sus primeros años por la Universidad Francisco Marroquín.

1.2.3 Antecedentes

“Cáritas Arquidiocesana inició como una oficina desde 1975 aproximadamente, estaba a cargo de un obispo, del que se tiene poca información. En 1977 cuando falleció dicho obispo, el Cardenal Mario Casariego envió al Padre José Antonio Márquez, originario de Málaga, España, a hacer un inventario de las cosas que había, se dice que era una pequeña bodega con algunas medicinas y enseres para donar.

Fue en este momento que el Padre Márquez se dio cuenta de la labor que podía desarrollar y empezó a organizar diferentes programas.

El primero de éstos fue el Proyecto de Viviendas en Sumpango, también con el Programa Mundial de Alimentos, y así poco a poco empezó a aumentar la cantidad de colaboradores de la institución.

En aquel tiempo la oficina administrativa estaba en la Iglesia Santa Rosa, en la zona 1 de la ciudad. Por el crecimiento de la institución, la sede se trasladó a la 8a calle y 10a avenida

Esquina de la zona 1. Entre los programas más antiguos están el Centro de Promoción de la Mujer en zona 6, en el barrio El Martinico, y el Centro de formación para varones y otro para mujeres en San Pedro Sacatepéquez.

Para que dichos programas trabajaran se recibían donaciones extranjeras sobre todo por la Orden de Padres Franciscanos Capuchinos (orden a la que pertenecía el Padre Márquez).

Con el paso de los días y la necesidad que presentaban las comunidades, el Padre Márquez fue en busca de apoyo de otras personas que pudieran orientar y apoyar el

proyecto, formando una Junta Directiva en 1978, integrada por el Dr. Roberto Hernández Pineda, Lic. Luis Gustavo Grajeda, Lic. Angel Alfredo Figueroa y el Dr. Romeo Rodríguez.

Uno de los programas que nació en la década de los 80, fue “Alimento X Trabajo” en donde se ayudaba a las familias más afectadas por el Conflicto Armado, entregando alimentos a cambio de la mano de obra en diferentes obras.

Al inicio los insumos y donaciones recibidas eran guardados en Cáritas Guatemala, pero en 1987 se recibió una donación de Europa con lo que se construyó la bodega actual que ocupa 1,000m², también se trasladaron las oficinas de Cáritas Arquidiocesana al terreno actual, junto al programa más grande de Cáritas Arquidiocesana, el Hospital Materno Infantil Juan Pablo II.

Hasta el año 2015, en Cáritas Arquidiocesana laboraban más de 300 personas, incluyendo el hospital Juan Pablo II, y se desarrollan diversos programas en los siguientes departamentos:

Pastoral de la Salud, Trabajo Social, Proyectos, Programa Educativo Materno Infantil, y Gestión de Riesgo.

El Padre Márquez se retiró de Cáritas Arquidiocesana en 2006 pues fue enviado a atender obras sociales en España. Le siguió de 2007 a junio de 2013 el Delegado Arzobispal Padre José Luis Colmenares y desde junio de 2013 a la fecha está el Padre Aarón F. Tello.

Como parte fundamental de Cáritas Arquidiocesana se encuentra el Hospital Materno Infantil Juan Pablo II. En 1983, durante la primera visita del Papa Juan Pablo II a Guatemala, surge la idea al Padre José Antonio Márquez, Delegado Arzobispal de Cáritas Arquidiocesana, la idea de crear un hospital infantil, después de escuchar el mensaje de su Santidad, en donde exhortaba a prestar más atención a los niños.

Desde ese entonces el Padre Márquez inició la búsqueda de recursos y donaciones para hacer posible este sueño. El Arzobispado de Santiago de Guatemala, dirigido por Monseñor Próspero Penados, cedió el terreno en donde actualmente está. La construcción inició el 07 de marzo de 1984 y culminó un año después.

Algunas donaciones que se recibieron fueron de Kinder Mission Park, el Gobierno de Guatemala, Development American Foundation, la orden religiosa capuchina, y otros. Se empezó a atender la consulta externa desde su apertura, en aquel entonces eran solamente 3 médicos, y con los colaboradores de otros servicios el personal no era mayor de 10 personas.

El horario de atención era de lunes a sábado y se calcula que se atendían 120 pacientes diarios en consulta externa. Para darse a conocer, se gestionaron permisos para que los buses urbanos llegaran hasta la Calzada Mateo Flores, situación que facilitó el acceso de los pacientes, además se dio a conocer en instituciones educativas y en las zonas aledañas que eran pequeñas y de construcción humilde.

Durante 1987 se abrió la emergencia y observación y desde 1989 inició a trabajar el área de encamamiento y cirugía. Poco a poco ha ido creciendo la cantidad de pacientes y médicos, pues fue surgiendo el Plan de Educación Continua que desde 1996 es más conocido como Post grado de pediatría otorgado por la Universidad Rafael Landívar y en sus primeros años por la Universidad Francisco Marroquín.

A finales de 1988 se empezaron a atender las especialidades pediátricas pero fue hasta el año 2000 que se reordenaron y colocaron en el segundo nivel de la consulta externa. En 2009 se amplió el área de encamamiento y se construyó el área de maternidad así como el área de docencia para médicos y enfermeras auxiliares.

Durante la 2da visita del Papa Juan Pablo II al país, el Padre Márquez le entregó imágenes del hospital y el trabajo que realiza a su Santidad y en agradecimiento se

recibió un aporte del Vaticano y un saludo del Papa exhortando a continuar trabajando por esta obra.

También se recibe un aporte por parte del Gobierno de Guatemala, que entrega un donativo Anual, aprobado por el Congreso de la República. Finalmente, después de 30 años de entrega y servicio, el Hospital Materno Infantil Juan Pablo II, tiene alrededor de 275 trabajadores y beneficia a más de 150,000 personas, entre consultas médicas y servicios médicos como laboratorio, Rayos X, y farmacia.

En sus inicios el donativo por consulta era de Q0.75 hoy es de acuerdo en que jornada laboral se atiende, este aporte que representa el 40% del costo en una entidad lucrativa. Mantenemos el carisma de servicio al más necesitado, pues a los pacientes en extrema pobreza se les da el mismo servicio de calidad totalmente gratis.”

1.2.4 Departamentos

Cáritas Arquidiocesana cuenta con los siguientes departamentos:

Coordinación de Programas, este se divide en:

Servicio Social brinda ayuda y asesoramiento a las personas necesitadas, también artículos ortopédicos como sillas, muletas, etc.

Pastoral de la Salud, van a cada una de las comunidades afiliadas y dan capacitaciones de primeros auxilios y les enseñan cómo hacerlo con las cosas que tienen en el momento en sus casas.

Formación Femenina, también lo maneja trabajo social y cada una de las capacitadoras les imparten a las personas de escasos recursos talleres de costura, cocina entre otras.

Programa Educativo Materno Infantil (PEMI), se encarga de ayudar a los niños con desnutrición, ellos les tienen seguimiento y llegan a visitarlos a sus casas para ver como es el progreso que tienen los niños, aparte de eso se le brinda un plan educacional, y se enseña a preparar los alimentos que también se les brindan como parte del programa.

Seguridad Alimentaria, son ingenieros agrónomos que les enseñan a las personas a hacer mini huertos, y a que los hagan en sus casas con las botellas plásticas, y les enseñan también como poder criar animales de granja.

Gestión de Riesgo, dan capacitaciones en el interior para que las personas sepan qué hacer en casos de emergencia como en las tormentas, derrumbes, etc.

Importaciones, es el encargado de recibir todos los aportes que envían los donantes y que se gestiona en cada uno de los puertos, pagan franquicias, y ayudan a otras instituciones

Bodegas, son los encargados de guardar todo lo que vienen de parte de los donantes y también se encargan de llevarlos a donde sean requeridos.

Dirección Financiera, dentro se encuentra:

Comunicación, es el departamento encargado de transmitir información a los colaboradores, así como a las personas que están fuera de la institución.

Compras, tesorería, Recursos Humanos, Contabilidad y Gestión de recursos.

Dentro del Hospital de Cáritas Arquidiocesana, Juan Pablo II encontramos:

Administración del Hospital se divide en:

Cafetería y caseta, Servicio de Alimentación, Secretaria, Trabajo Social, Servicio de Apoyo, Mantenimiento, Archivo y Presupuesto, Informática y Servicios Generales.

Subdirección se encuentra:

Pediatría: Consulta Externa y Emergencia, Maternidad: Consulta Externa, Emergencia y Encamamiento, Pediatría: UCIM, Medicina Pediátrica y Cirugía, Enfermería: Pediatría y Maternidad, Escuela de Enfermería, Postgrado, Farmacia, Laboratorio, Diagnóstico por Imágenes.

Los departamentos del hospital, están encargados del buen funcionamiento del mismo y del buen trato hacia las personas, porque ellos se relacionan bastante con los niños que son atendidos y sus familias.

1.2.5 Misión

Somos la fundación de asistencia social del Arzobispado de Santiago de Guatemala, que gestiona y facilita recursos para transformar integralmente comunidades y vidas, a ejemplo de Cristo, por medio de programas de desarrollo y proyectos, acercando a los más necesitados a la realización del Plan de Dios.

1.2.6 Visión

Ser referente en nuestra capacidad de hacer el Bien, y como Cristo, hacerlo bien.

1.2.7 Objetivos Institucionales

El objetivo del departamento de Comunicación es: **La Presencia y Promoción de marca**; acá cada departamento tiene sus propios objetivos, no se puede decir que haya uno para todo el lugar, pero lo que si ponen en práctica todos los departamentos son la misión y visión de la institución.

1.2.8 Público Objetivo

A simple vista podemos pensar que el público Objetivo son los niños, esto porque en gran parte es a quienes se atiende más por medio del hospital Materno Infantil Juan Pablo II, pero en realidad son las Personas de Escasos Recursos.

Nos damos cuenta de esto por la cantidad de proyectos que se manejan y tienen como fin ayudar a los demás, no importando si son niños, hombres o mujeres.

1.2.9 Organigrama



Fuente: Cáritas Arquidiocesana

1.3 Metodología

1.3.1 Descripción del Método

El Método hace referencia a ese conjunto de estrategias y herramientas que se utilizan para llegar a un objetivo preciso, el método por lo general representa un medio instrumental por el cual se realizan las obras que cotidianamente se hacen.

Al hablar de Método Behar (2008) dice que: “nos referimos a distintas modalidades de la actividad investigativa, a sabiendas de que el objeto de investigación es el que determina las actividades que han de diseñarse a la hora de realizar un trabajo de investigación”.(p6).

Durante la elaboración de este diagnóstico el método a utilizar fue el Método Científico, esto debido a que Labajo (2015) afirma que “para ser llamado científico, un método de investigación debe basarse en lo empírico y en la medición, y estar sujeto a los principios específicos de las pruebas de razonamiento” (p4).

Además, Ruíz (2007), afirma que: “El método científico se emplea con el fin de incrementar el conocimiento y en consecuencia aumentar nuestro bienestar” (p7).

Aparte de tener como base el Método Científico, nos basamos en un enfoque cualitativo porque para Sampieri (2014) “Existen varias realidades subjetivas construidas en la investigación, las cuales varían en su forma y contenido entre individuos, grupos y culturas, (...).” (p10).

Además, este enfoque nos ayuda según Sampieri (2014) a “Describir, comprender e interpretar los fenómenos, a través de las percepciones y significados producidos por las experiencias de los participantes”. (p 11).

Para realizar el diagnóstico, se llevó a cabo la observación y evaluación, tomando como base un método inductivo con enfoque cualitativo, por medio del cual se establecen ideas y fundamentos basados en pruebas y análisis del sistema de Comunicación Interna de Cáritas Arquidiocesana.

Además para la elaboración del diagnóstico se utilizaron fuentes primarias y secundarias; entre las primeras podemos mencionar la observación y entre las segundas encontramos consultas por internet, esto para que durante el diagnóstico se obtuvieran resultados más acertados.

1.3.2 Técnicas e Instrumentos de Recolección.

Los instrumentos utilizados en la realización del diagnóstico son:

Observación Directa

Se utilizó la observación ya que es parte del método Científico, y es necesaria para poder entender en realidad como se está dando la comunicación interna en el lugar; Aparte de lo antes dicho, la observación es uno de los métodos más utilizados por su eficacia, y esto porque se analizaron en una forma directa y en tiempo real las actividades que realizan varios de los departamentos de la Institución.

Para Díaz SanJuan existen dos tipos de observación siendo estos “Directa: cuando el investigador se pone en contacto personalmente con el hecho o fenómeno que trata de investigar, y la Indirecta: cuando el investigador entra en conocimiento del hecho o fenómeno observado a través de las observaciones realizadas anteriormente por otra persona”. (pag.8)

Como se puso anteriormente nos basamos más en la observación directa y fue realizada en varios departamentos de la institución Cáritas Arquidiocesana, incluyendo el de comunicación del 1 al 8 de febrero de 2019.

Durante este tiempo se observó la forma en que trabaja el departamento de comunicación, el comportamiento de varios colaboradores y como laboran distintos departamentos, en este proceso se identificaron deficiencias en la Comunicación Interna del lugar, más que nada se da entre unos coordinadores hacia los colaboradores que tienen a su cargo, y sucede porque no les transmiten la información en el momento debido.

Encuestas:

Blanco (2011) nos dice que:

“La encuesta resultó ser una de las herramientas más potentes de los métodos cuantitativos, puesto que permite obtener datos válidos en un plazo relativamente corto de tiempo y realizar inferencias y estimaciones” (p72).

Por otro lado también encontramos que Kuznik, Hurtado y Espinal (2010) aseguran: que “La encuesta se ha convertido en una herramienta fundamental para el estudio de las relaciones sociales. Las organizaciones contemporáneas políticas, económicas y sociales, utilizan esta técnica como un instrumento indispensable para conocer el comportamiento de sus grupos de interés y tomar decisiones sobre ellos” (p.317).

Estas encuestas fueron realizadas a diferentes colaboradores de Cáritas Arquidiocesana, esto se hizo para poder obtener datos reales acerca de la situación de la Institución, durante este proceso también formó parte la observación directa, y esto es porque cada uno de los colaboradores actuó de distinta forma cuando estaban contestando la misma.

En este cuestionario en su mayoría constaba de preguntas abiertas, dándole así al encuestado, la posibilidad de escribir su propia respuesta u opinión acerca del tema a tratar.

Estas encuestas nos ayudaron a tener una idea de cómo opinan los colaboradores de la institución que está siendo manejada la comunicación interna del lugar y cómo creen que puede ser mejorada.

Las encuestas fueron dirigidas a los colaboradores de toda la institución, incluyendo el Hospital Materno Infantil Juan Pablo II, porque también forma parte de esta y ocupan lugar en el mismo espacio físico.

Entrevistas:

Leñero y Marín (1986) afirman que las entrevistas “Son diálogos, conversaciones breves, en las que el entrevistador pone en juego la capacidad de relacionarse, el trato respetuoso y cordial, su simpatía y su inteligencia para que le puedan brindar la información necesaria” (p.91).

Además esta técnica se utilizó porque Márquez (2006) dice que: “La entrevista es el procedimiento más utilizado por diversos profesionales en muy distintos campos aplicados como el policial, periodístico, médico, psicológico, laboral, y educativo, entre otros. En todos los casos, el propósito u objetivo más frecuente de la entrevista es conseguir información y procurar que ésta responda, con la mayor precisión posible, a lo que necesitamos averiguar” (p1)

Las Entrevistas se le hicieron a las Coordinadoras del departamento de Comunicación y del departamento de Recursos Humanos de la Institución para así poder tener una visión más clara de cómo creen que se está dando la comunicación interna en el lugar.

Estas se realizaron a estas personas porque ellas son las que están más involucradas en la comunicación del lugar, y por ser una de ellas la coordinadora de comunicación es quien debería tener un conocimiento más amplio de este tema.

1.3.3 Cronograma del diagnóstico

	Enero	Febrero	
Actividades semanales	1	1	2
Documentación			
Ubicación de Institución			
Estructuración de diagnóstico y observación			
Entrevista, encuestas, observación y finalización de Diagnóstico			
Entrega de Diagnóstico			

1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS

Dentro de la Institución existe una Comunicación Interna escasa, aparte de que por existir varios departamentos se da un poco de desorden en cuanto a cómo trabaja cada uno de ellos, y esto se refleja en la forma en que los trabajadores contestaron la encuesta y los comentarios que hacían cuando la llenaban.

También se da la impresión de que no persiguen el mismo objetivo y cada uno estuviera buscando obtener cosas diferentes, esto es lo que se quiere evitar, porque son personas de un mismo equipo de trabajo y deben perseguir un mismo fin.

1.4.1 Gráficas e interpretaciones del resultado de las encuestas

A continuación se describen los resultados obtenidos durante la encuesta realizada a los colaboradores de la institución Cáritas Arquidiocesana y el Hospital Materno Infantil Juan Pablo II .

Si surge algún problema, ¿A quién acude para solucionarlo?

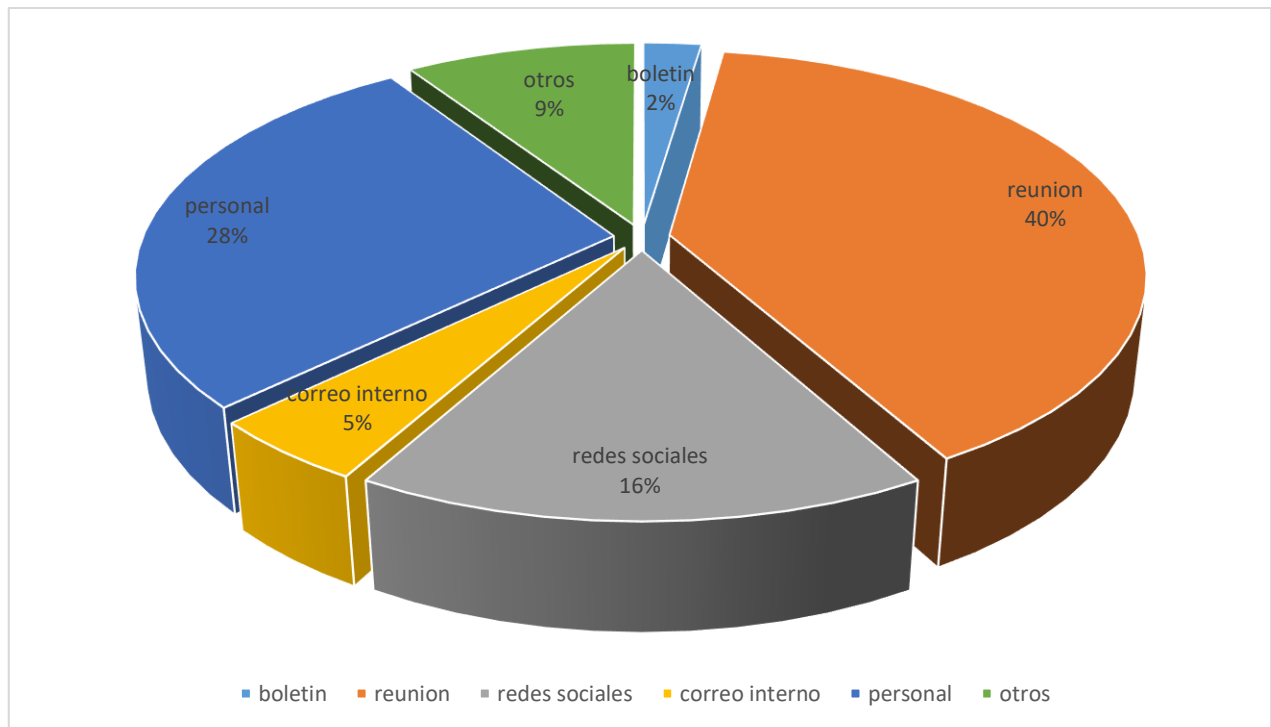


Fuente: Yasodhara Ramírez Alarcón, Febrero 2019

Interpretación Gráfica 1

En esta pregunta, el 96% de las personas saben a quién deben acudir para solucionar algún problema, lo que nos indica que sí tienen clara la línea jerárquica que existe, mientras que el 4% dice que por el departamento al que pertenecen y por tiempo prefieren solucionarlo en el momento, solo acuden a su jefe inmediato si en realidad es necesario.

¿Por qué medio se entera de las decisiones que afectan a la Institución?



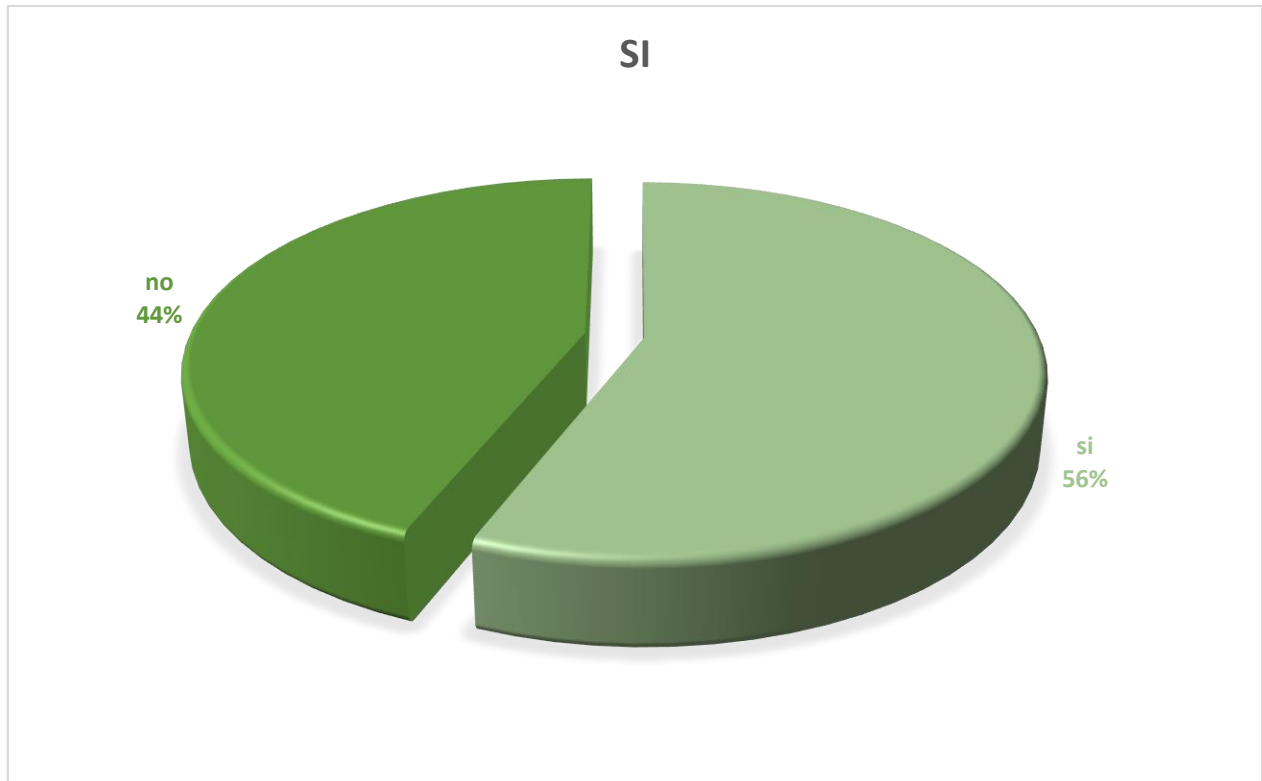
Fuente: Yasodhara Ramírez Alarcón, Febrero 2019

Interpretación Gráfica 2

El 40% de los colaboradores encuestados contestaron que se enteran de la información por reuniones mensuales, 28% en boletines, 16% con las redes sociales, 9% por medio de correo interno, 5% personalmente y 2% otros.

También mencionan que se enteran de estas formas porque entre los mismos colaboradores se van dando la información, ya que muchas veces los coordinadores de algunos departamentos no les dicen las cosas.

¿Han existido procesos de desinformación sobre temas laborales que afecten su trabajo en Cáritas Arquidiocesana?



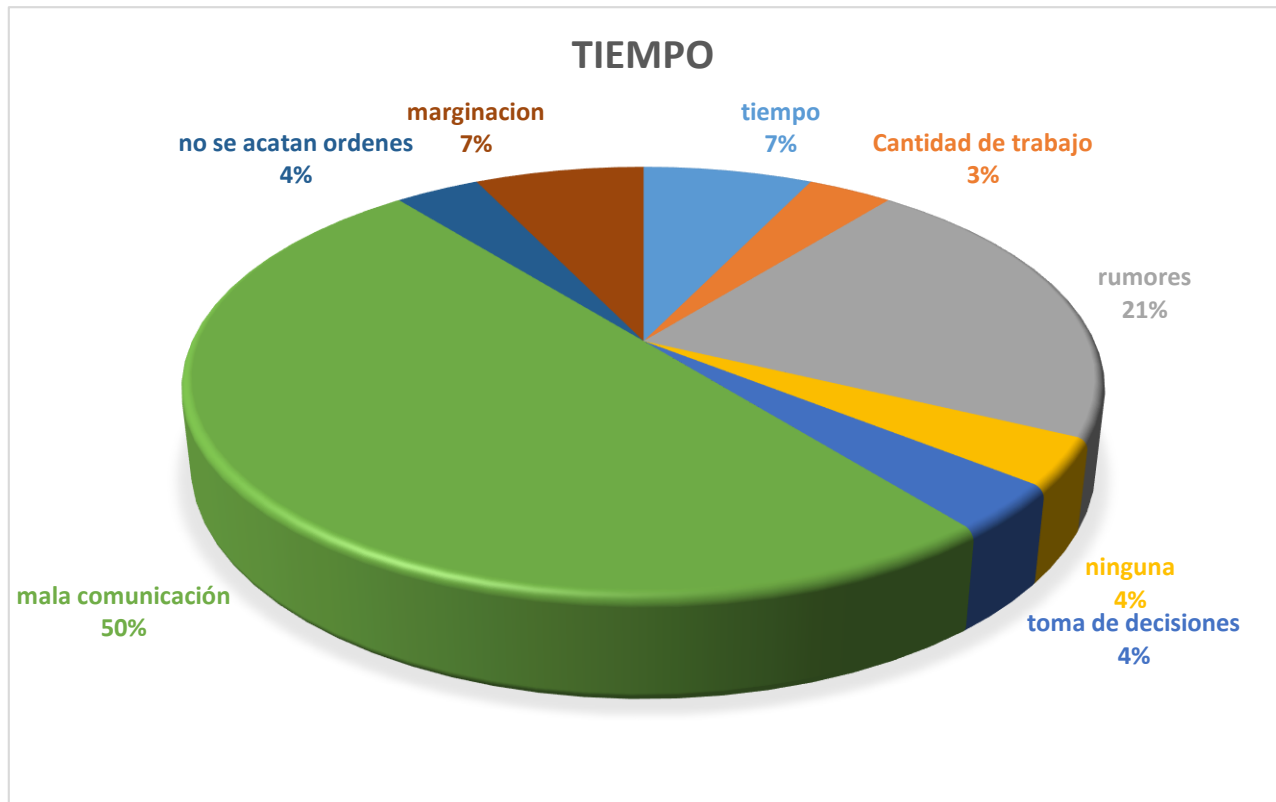
Fuente: Yasodhara Ramírez Alarcón, Febrero 2019

Interpretación Gráfica 3

En la gráfica se demuestra que la mayoría de las personas si han estado desinformados sobre algún tema laboral, pero, esto se da más en el lado de las oficinas, porque dentro del Hospital la mayoría de personas contesto que no, es por esto que en los resultados no es mucha la diferencia.

Dentro de la institución el 56% dice que si, y el 44% que no, y lo que más ha afectado es que no se transmite la información, desorden en procesos y la mala información.

¿Qué barreras en la comunicación Interna considera que existen dentro de la Institución?

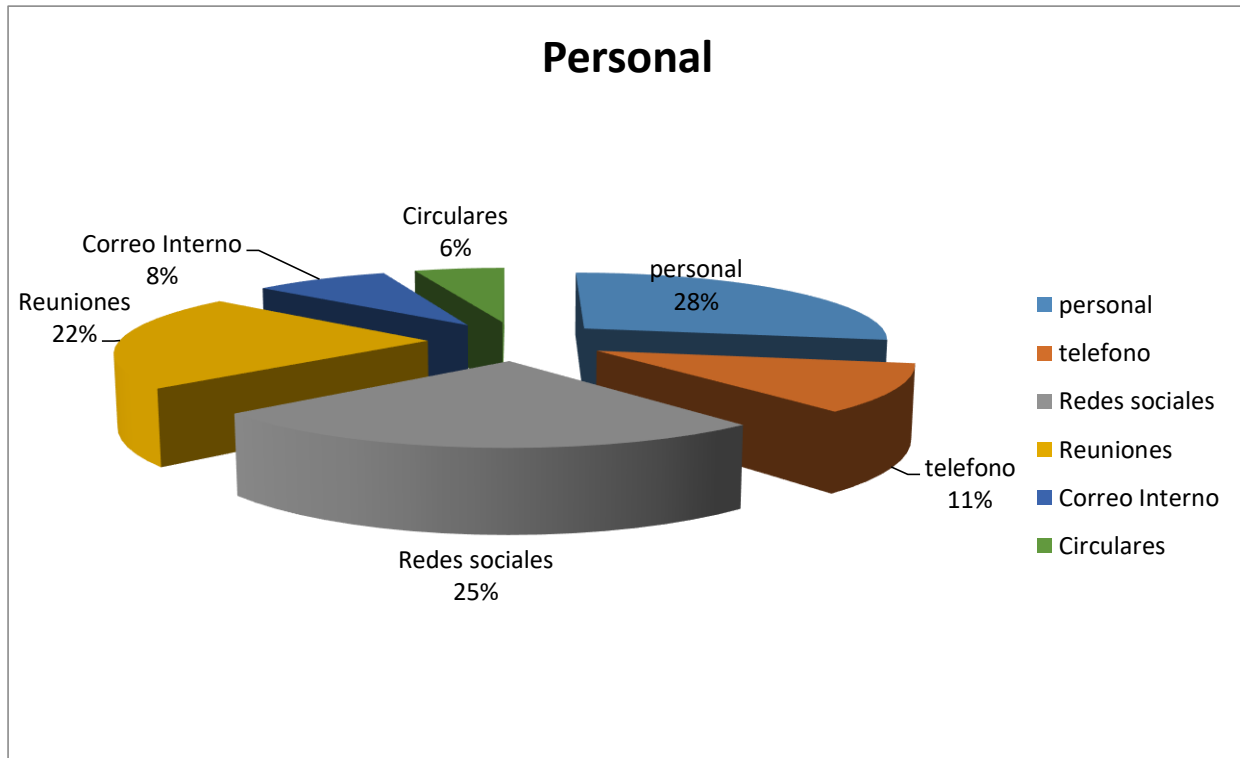


Fuente: Yasodhara Ramírez Alarcón, Febrero 2019

Interpretación Gráfica 4

La Comunicación Interna dentro de la Institución es deficiente, y se puede observar con el resultado de la gráfica, se ve a primera vista que la barrera más grande es la mala comunicación con el 50%, le sigue los rumores con el 21%, el tiempo con 7% al igual que la marginación y con 4% la cantidad de trabajo, la toma de decisiones sin participación, no se acatan ordenes, ninguna.

Para usted, ¿Cuál es la forma más rápida y eficiente para transmitir cualquier tipo de comunicación que sea interna?



Fuente: Yasodhara Ramírez Alarcón, Febrero 2019

Interpretación Gráfica 5

Las personas que respondieron la encuesta, a esta última pregunta respondieron de la siguiente manera: de forma personal 28%, Redes Sociales 25%, reuniones 22%, teléfono 11%, correo Interno 8% y circulares 6%.

Quedando en primer lugar de Forma personal, creen que al darles la información de esta manera, van a tenerla más rápido y va a ser más creíble.

1.5 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN – FODA

1.5.1 Fortalezas

- ✓ Cuentan con un departamento de Comunicación.
- ✓ Tienen Herramientas virtuales como redes sociales.
- ✓ Se agregaron colaboradores a los grupos sociales.
- ✓ Se tienen página Web
- ✓ La mayoría de colaboradores son amables.

1.5.2 Oportunidades

- ✓ Se tienen medios para poder tener una mejor fluidez de comunicación.
- ✓ Se pueden mejorar los canales de Comunicación Interna desarrollando estrategias más efectivas.
- ✓ Los grupos de whatsapp con los que cuentan algunos departamentos para mantener más fluidez en la comunicación.
- ✓ Cuentan con personas capacitadas que ayuden a mejorar la comunicación.

1.5.3 Debilidades

- ✓ Estar en un área residencial de acceso restringido.
- ✓ Algunos de los medios de comunicación con los que se cuentan, no los utilizan de forma constante.
- ✓ Hay departamentos en los que no hay mucha organización.
- ✓ En algunos departamentos no existe buena comunicación entre los coordinadores y los colaboradores.
- ✓ No avisan con bastante tiempo de anticipación algunas de las actividades.
- ✓ A pesar de contar con los medios para tener una comunicación Interna fluida, no se utilizan de forma adecuada.

1.5.4 Amenazas

- ✓ Se puede caer en rumores por los problemas de Comunicación Interna que existen.
- ✓ La comunicación se encuentra mal desde las autoridades.
- ✓ Hay departamentos en donde los coordinadores no dan la información debida a los colaboradores que tienen a su cargo.

CAPÍTULO 2

2 PLAN DE COMUNICACIÓN

Según Losada (2004) "El plan de comunicación es el que recoge los objetivos, destinatarios, políticas, estrategias, recursos y acciones de comunicación a desarrollar en todos los ámbitos de una empresa o institución" (p.61).

Además es importante tener un plan de comunicación, porque para El Gobierno de Navarra (2011) "la planificación confiere poder para transformar una institución en términos de credibilidad (estatus) y unidad".

2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

Dentro de Cáritas Arquidiocesana existen varios medios de Comunicación Interna, estos necesitan ser reforzados para poder cumplir con el objetivo de comunicar a los colaboradores de dicha institución.

Entre los medios de comunicación con los que cuentan encontramos: Reuniones mensuales, en estas se le da a los coordinadores de cada uno de los departamentos la información que se considera es necesaria que sepan, esto se hace para que al concluir los mismos le comuniquen a los colaboradores que tienen a su cargo lo hablado durante la reunión.

Memoria de Labores, la más reciente es del año 2017; acá podemos encontrar los programas que se manejan y las actividades realizadas para ayudar a las personas, así mismo las cantidades de personas que fueron beneficiadas y con qué.

El folleto Nuestra Cultura Cáritas: dentro del mismo se encontrará la información necesaria sobre temas del lugar, así como la presentación personal de cada uno, como

debe ser el comportamiento, el porqué de los colores que usa la institución entre otros temas de interés, esta se le brinda a cada una de las personas cuando ingresan a trabajar a la institución.

Carteleras, se encuentran en varios puntos, pero la que más se utiliza y le prestan atención es la que está en donde marcan la hora de entrada y salida los colaboradores. La información se cambia una vez al mes.

Boletines, Se hacen cada 3 meses y son de forma digital, en ellos podemos encontrar información acerca de actividades que se realizan con los diferentes departamentos de la institución y actividades que realiza la iglesia católica en el lugar.

Grupos de whatsapp, dentro de la institución existen estos grupos, aunque es un poco más fluida su utilización del lado del hospital que en las oficinas, esto porque no todos cuentan con teléfonos que tengan esta herramienta.

Página de Facebook: esta página es utilizada para poner información como por ejemplo cumpleaños o cuando ha fallecido el familiar de algún colaborador, además de esto se usa para reforzar lo que se pone en las carteleras, así mismo para anunciar actividades y enviar invitaciones.

Actualmente se está implementando un correo institucional.

También se cuenta con trifoliales, página web y redes sociales y son para el público externo.

2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1. Objetivo General

Desarrollar una estrategia de Comunicación Interna en Cáritas Arquidiocesana de Guatemala que satisfaga las necesidades de información dentro de la Institución.

Lo que se pretende lograr con esta estrategia, es que la Comunicación Interna de la Institución Cáritas Arquidiocesana sea más eficaz y que los colaboradores de todas las líneas jerárquicas obtengan la información de forma más eficiente.

2.2.2. Objetivos específicos

Reforzar los medios de comunicación ya existentes entre los diferentes niveles jerárquicos con el fin de generar participación de todos dentro de la Institución.

Establecer una relación fluida entre Coordinadores y colaboradores; Con el fin de fortalecer la motivación y comunicación interna, como por ejemplo con capacitaciones y guías informativas que promuevan la comunicación en diferentes direcciones.

2.3. PÚBLICO OBJETIVO

Dentro del plan de comunicación, el público objetivo es interno, entonces nos referimos a todos los colaboradores de la Institución Cáritas Arquidiocesana.

¿Por qué los colaboradores? Dentro de Cáritas existen 400 aproximadamente colaboradores, y hay temas de los cuales es necesario que estén enterados, pero por mala comunicación de parte de algunos, no llega la información hasta la última línea jerárquica, y es por eso que ellos son el público objetivo.

2.4. MENSAJE

Para trabajar este Plan de Comunicación vamos a utilizar como mensaje **“La familia Cáritas trabaja con un mismo fin”**. Lo que se quiere lograr con este mensaje es que todos se sientan parte de la institución, además de sentirse motivados e identificados porque sabrán que son parte indispensable de la misma, y para lograrlo es necesario que tengan una buena comunicación interna, para que si se pueda trabajar con un mismo fin.

2.5. ESTRATEGIA

Para Pérez (2001), “La Estrategia juega hoy un papel clave en la dirección de las organizaciones, instituciones o empresas; y es considerada por muchos expertos como la “ciencia del éxito”(p1). Por esto mismo es necesarios hacer una estrategia que ayude a la institución.

La estrategia es Reforzar la Comunicación Interna de la Institución Cáritas Arquidiocesana: Lo que queremos lograr es que se mejore la comunicación existente del lugar, esto se hace basándonos en el diagnóstico realizado con anterioridad en el que se pudo ver la deficiencia que existe en la comunicación interna del lugar, esto a pesar de contar con los medios necesarios para ser mejor.

2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Acciones de Estrategia

- A. Elaboración de Guía acerca de Comunicación Interna de forma impresa.
- B. Capacitación acerca de Comunicación Interna
- C. Elaboración de Guía de procedimientos de Comunicación Interna formato digital.

ELABORACIÓN DE GUÍA DE COMUNICACIÓN INTERNA.

Tiraje: 2 unidades

Forma de uso en la estrategia: Con esto estaremos creando una herramienta que permita comunicar como debe ser la Comunicación Interna dentro de la institución para que se mejore y tenga mayor fluidez, al finalizar se dará a la Coordinadora del departamento de Comunicación una copia impresa, y otra en formato digital, esto para que más adelante y cuando consideren conveniente esta pueda ser entregada a cada uno de los departamentos de la institución.

Algunos de los temas del contenido
¿Qué es la Comunicación Interna?
Tipos de Comunicación Interna
¿Para qué sirve la comunicación interna?
Ventajas y Desventajas
El Rumor, ¿Cómo se genera? Y ¿Cómo evitarlo?
El Responsable de comunicación
Funciones que debe desarrollar, etcétera.

Elaboración	Yasodhara Ramírez Alarcón
Duración	1 mes aproximadamente
Formato	Impreso, tamaño carta, 30 páginas aproximadamente.



Portada



Contraportada

Propuesta para la guía de Comunicación Interna elaborada por Yasodhara Ramírez Alarcón, epesista.

CAPACITACIÓN

Para la realización, se llevará a una persona que sea experta en comunicación Interna, se dará a las coordinadoras y colaboradoras del departamento de Recursos Humanos y Comunicación, esto para que sepan la forma adecuada en la que deben acercarse a los demás colaboradores y transmitir la información más eficientemente.

Esta capacitación será lo último que se hará dentro del periodo de práctica en la Institución.

Temas a informar
La Comunicación Interna
¿Cómo mejorar la Comunicación Interna?
Ideas para mejorar la Comunicación Interna.

Expositor	Periodista Walter Hermosilla
Duración	30 minutos aproximadamente
Fecha	16 de julio



Capacitación a Coordinadoras y colaboradoras de los departamentos de Comunicación y Recursos Humanos de Cáritas Arquidiocesana.

ELABORACIÓN DE GUIA DE PROCEDIMIENTOS DE COMUNICACIÓN INTERNA DIGITAL

Tiraje: 2 unidades

En esta guía se encontrarán los procedimientos para elaborar las herramientas de comunicación interna que puedan utilizar en el futuro, esto con el fin de ir mejorando y reforzando poco a poco la comunicación ya existente.

Al finalizar, se entregará a la Coordinadora del departamento de Comunicación una copia impresa y en formato digital, esto porque les servirá para consultarla por si tienen duda de algún procedimiento que estén llevando a cabo.

Algunos de los temas del contenido	
Comunicación Interna	
¿Cómo planificar la Comunicación Interna?	
¿Cómo desarrollar el plan de Comunicación?	
Elaboración de las herramientas a utilizar en los diferentes tipos de Comunicación.	

Elaboración	Yasodhara Ramírez Alarcón
Duración	1 mes aproximadamente
Formato	Impreso, tamaño carta, 30 páginas aproximadamente.



Portada



Contraportada

Propuesta para la guía de Comunicación Interna elaborada por Yasodhara Ramírez Alarcón, epesista.

CAPITULO 3

3 INFORME DE EJECUCIÓN

3.1 PROYECTO DESARROLLADO

“Reforzamiento de la Comunicación Interna de la Institución Cáritas Arquidiocesana”

3.1.1 Financiamiento

El financiamiento de todas las actividades realizadas durante el EPS, fue cubierto en su totalidad por la epesista.

3.1.2 presupuesto

Actividad	Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo Total	financiamiento
Elaboración del diagnóstico de comunicación		Elaboración de diagnóstico de comunicación	15,000	15,000	Epesista
Elaboración y ejecución del Plan de Comunicación.		Elaboración del plan de Comunicación	15,000	15,000	
Guía de Comunicación Interna	2	Se elaborará una guía acerca de la comunicación Interna, tamaño carta de aproximadamente 30 páginas, también se dio en formato digital.	200	400	Epesista
Capacitación		Se dará 1 capacitación acerca de la comunicación interna a las coordinadoras y colaboradoras de Comunicación y Recursos Humanos.	500	500	Epesista
Refacción	1	Durante la capacitación se le dará una pequeña refacción a cada uno de los participantes	200	200	Epesista
Guía de procedimientos de comunicación interna.	2	En esta guía se encontraran los procedimientos y herramientas para mejorar la comunicación interna.	200	200	Epesista
Diseño Guía Impresa y digital		La epesista hizo el diseño de ambas guías.	700	700	Epesista
Reunión con capacitador	3	Reunión para hablar acerca de los temas y demás detalles de la capacitación	200	600	Epesista
Diplomas de Participación	7	Elaboración de diplomas para cada uno de los participantes en la capacitación y para el Capacitador	10	70	Epesista
				32.600	Total del proyecto

3.1.3 Beneficiarios

Los beneficiarios directos del proyecto de Comunicación realizado en Cáritas Arquidiocesana son: El Departamento de Comunicación y los beneficiarios indirectos los Coordinadores y colaboradores de los demás departamentos que forman la Institución.

3.1.4 Recursos Humanos

Personal	Puesto	Actividad
Licda. Waleska Medina	Coordinadora de Departamento de Comunicación.	Facilitación de información, acompañamiento en realización de encuestas, corrección de guías y aprobación de las guías.
Periodista Walter Hermosilla	Periodista profesional	Asesoría en Comunicación Interna, Corrección de guías y Capacitación a colaboradoras.
Licda. Krista Ramírez	Supervisora EPS de Licenciatura	Asesoría y supervisión del proyecto.
Yasodhara Ramírez Alarcón	Epesista del EPS de Licenciatura 2019	Diseño de guías de Comunicación Interna y Procedimientos de Comunicación. Logística de la capacitación Acerca de Comunicación Interna. Elaboración de guías.

3.1.5 Área Geográfica de Acción

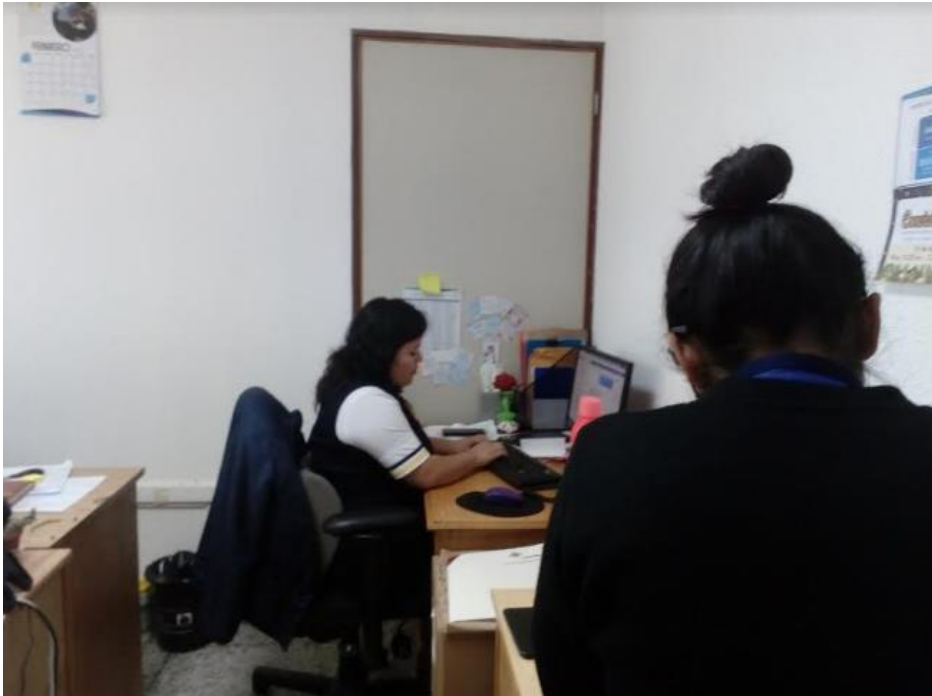
El proyecto de Comunicación se realizó en el departamento de Comunicación de la Institución Cáritas Arquidiocesana ubicada en el primer nivel del edificio, aunque para etapas como la de observación, también se estuvo en otros de los departamentos viendo como trabajaban.



Vista desde la parte de afuera del edificio de Cáritas Arquidiocesana



Vista desde adentro de Cáritas Arquidiocesana



Departamento de Comunicación, Cáritas Arquidiocesana

3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

Estrategia desarrollada

Reforzar la Comunicación Interna de la Institución Cáritas Arquidiocesana

Lo que se hizo con esta estrategia, fue dar elementos que ayudaran a los coordinadores a tener herramientas que les facilitaran la forma en que se dirigen a los colaboradores que tienen a su cargo, esto con el fin de que se les proporcione la información en el momento debido.

Acciones desarrolladas

A continuación se presentan las acciones realizadas de la estrategia que se mencionó anteriormente.

A. Elaboración de Guía de Comunicación Interna

B. Capacitación Acerca de Comunicación Interna

C. Elaboración de Guía de Procedimientos de Comunicación Interna.

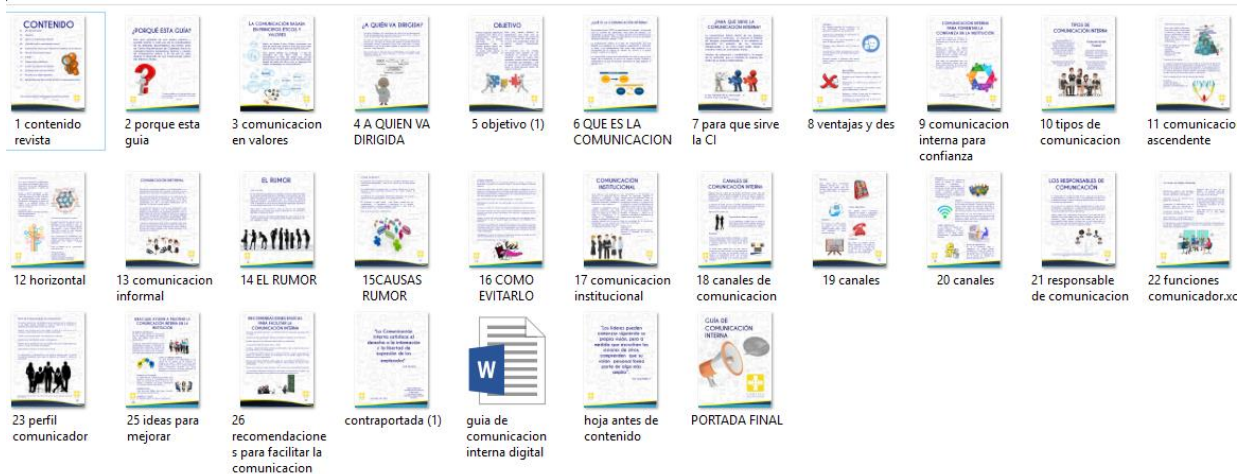
ACCIONES ESTRATEGIA

Elaboración de Guía de Comunicación Interna

Fecha	Cantidad de páginas	Tamaño
2 de mayo al 8 de junio	30	Carta



Licda. Waleska Medina Coordinadora de Comunicación haciendo correcciones de la guía, mayo 2019



Captura de la Guía de Comunicación Interna, junio 2019



Portada y Contraportada de la Guía de Comunicación Interna, junio 2019.

Capacitación

Encargado		Fecha	Duración	Personas
Periodista Hermosilla	Walter	16 de julio de 2019	30 minutos	Coordinadoras y colaboradoras del departamento de Comunicación y Recursos Humanos.



Reunión con el periodista Walter Hermosilla para tratar temas de la capacitación



Epesista Yasodhara Ramírez Alarcón durante la capacitación haciendo entrega de diplomas de participación y guías



Capacitación a Coordinadoras y colaboradoras de Comunicación y Recursos Humanos



Capacitación en Caritas Arquidiocesana

Elaboración de Guía de procedimientos

Fecha	Cantidad de páginas	Tamaño
15 de junio al 12 de julio	30	Carta



Coordinadora de Comunicación y epesista haciendo correcciones de guía.



Captura de pantalla de la Guía de procedimientos



Portada y Contraportada de la Guía de Procedimientos



Epesista Yasodhara Ramírez Alarcón, haciendo entrega de las guías que se elaboraron durante el periodo de práctica.



Licenciada Waleska Medina, Coordinadora de Comunicación con las Guías realizadas.

3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Semanas de Actividades	Mayo				Junio				Julio				Agosto			
Recopilación de información para elaborar guía de comunicación interna.	■	■														
Elaboración de Guía de Comunicación interna.		■	■	■	■											
Reuniones con persona que dio capacitación.		■				■				■						
Recopilación de información para la elaboración de guía de procedimientos.					■	■										
Elaboración de Guía de procedimientos.						■	■	■	■							
Capacitación de Comunicación Interna.										■						
Elaboración de Diplomas de Participación										■	■					
Entrega de Informe Final														■		

3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO

Estrategia	Indicadores Cuantitativos	Indicadores Cualitativos
<p>Fortalecer la Comunicación Interna de la Institución Cáritas Arquidiocesana: Esta estrategia nos sirvió, para que las personas que están más involucradas en la Comunicación de la institución tengan herramientas para que puedan mejorar en la misma.</p> <p>Así mismo, se les está ayudando a que tengan ideas nuevas para implementarlas en un futuro.</p> <p>Acciones desarrolladas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de Guía de Comunicación Interna. • Capacitación para tener una comunicación interna fluida. • Elaboración de Guía de Procedimientos. 	<p>Ambas guías se entregaron a la coordinadora del departamento de comunicación, se dieron en digital e impresas; esto para que en un futuro se puedan dar las guías a los otros 34 coordinadores de la institución.</p> <p>Se dio una capacitación, esta es para que las coordinadoras y colaboradoras de los departamentos de Comunicación y Recursos Humanos que en total son 6, adquieran el conocimiento para tener una Comunicación más fluida y lo puedan transmitir.</p> <p>Guía de Procedimientos: Se entregó a la Coordinadora del departamento de Comunicación, Esta guía se elaboró para que se tenga una forma nueva de utilizar las herramientas con las que ya se cuentan, y poder implementar otras, además se espera que al igual que la otra guía en un futuro se entregue a los 34 coordinadores restantes.</p>	<p>“Esta guía de Comunicación nos va a servir porque necesitamos que todos tengan conocimiento de cómo debe ser y la forma de transmitir la información”. Licda. Waleska Medina, coordinadora de Comunicación.</p> <p>“Nos sirvió de mucho, estuvo muy bonita y la persona que la dio, a pesar de verse muy serio, es bastante agradable”. Licda. Vanessa Casiano, coordinadora de Recursos Humanos.</p> <p>“Esta guía nos va a orientar y recordar cómo debemos hacer algo que se relacione con este tema”. Licda. Waleska Medina, coordinadora de Comunicación.</p>

CONCLUSIONES

- En las encuestas realizadas se indica que existen varias herramientas de Comunicación Interna, pero estas no son utilizadas de forma adecuada por todos los Coordinadores de los diferentes departamentos de la institución.
- Por ser una Institución que tiene bastantes departamentos, cuesta que la información llegue a todos los colaboradores en el momento indicado.
- Cada departamento trabaja de forma diferente y en diferentes proyectos, por esto mismo, es que no todos los coordinadores le transmiten la información a los colaboradores que tienen a su cargo, y se enteran por otras personas.
- Cuentan con herramientas tecnológicas como whatsapp, Facebook, y se está implementando el correo institucional, pero no todos cuentan con un teléfono o computadora para tener acceso a las mismas.
- Se cuenta con bastante material visual, este también ayuda a que los colaboradores puedan estar informados.
- El Departamento de Comunicación no está encargado específicamente de la comunicación en toda la institución, ya que el coordinador de cada departamento es el que debe informar a los colaboradores con los que trabaja.

RECOMENDACIONES

- Cada mes se tiene reunión entre los altos mandos de la institución y los coordinadores, por lo tanto, es necesario que cada uno al terminar estas, le informen a los colaboradores de cada departamento acerca de lo tratado en la reunión.
- Sacarle el mayor provecho a los recursos tecnológicos con los que ya cuentan, porque aparte de ser un medio gratuito, es más fácil y rápido informar a los colaboradores.
- Presionar un poco para que se implemente por completo el correo institucional, así se tendrá otra herramienta para seguir mejorando con la Comunicación Interna de la institución.
- Todos los departamentos deben dar la información necesaria al departamento de comunicación, así de esta forma ellos pueden transmitirla en el momento requerido a los demás.
- Darle seguimiento a la forma en que se estén utilizando las herramientas que se dieron durante este proyecto y evaluar si están dando el resultado esperado.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Boletines: Es una publicación periódica sobre asuntos relacionados con una institución, empresa u organización.

Colaboradores: Son Personas que colaboran entre ellas en un mismo trabajo, o para un mismo fin.

Coordinadores: persona que organiza a otras personas y medios para lograr un objetivo común.

Cronograma: Es un concepto que se utiliza para mencionar a un calendario de trabajo o de actividades.

Cualitativo: Es un adjetivo que se emplea para nombrar aquello vinculado a la cualidad, el modo de ser o las propiedades de algo.

Cuantitativo: Es un adjetivo que está vinculado a la cantidad, hace referencia a una cuantía, una magnitud, una porción o un número de cosas.

Diagnóstico de Comunicación: Es el que consiste en el reconocimiento de la situación actual de una empresa, organización o institución, en todas sus áreas y los distintos grupos que las conforman, con el objetivo de evaluar la eficacia de los sistemas de comunicación del lugar y así generar cambio en ella.

Diversidad: este término se refiere a la diferencia o distinción entre personas, a la variedad, a la infinidad o a la abundancia de las cosas diferentes o a la multiplicidad.

Donantes: Son las personas, empresas, organizaciones o instituciones que dan fondos u otros bienes materiales, generalmente por razones de caridad.

Ecuménica: Es algo que se pertenece o se refiere a todas las personas del mundo, a todos los países y a todos los tiempos.

Encuesta: Es una serie de preguntas que se hace a muchas personas para reunir datos o para determinar la opinión pública sobre un asunto determinado.

EPSL: Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura.

Facebook: Es una red social pensada para conectar personas, es decir, compartir información, noticias y contenidos audiovisuales con amigos y familiares. Se trata de la plataforma social más grande y popular de todas las existentes en la actualidad.

FODA: Es el estudio de la situación de una empresa u organización a través de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, tal como indican las siglas de la palabra y, de esta manera planificar una estrategia del futuro.

Fortalecimiento: El término fortalecer permite referir a la acción de dar fuerza a algo o alguien. La fuerza designa al vigor y a la energía que alguien dispone a la hora de desplazar algo o alguien de su lugar, especialmente cuando ese algo dispone de un peso realmente importante que hace que sea necesario disponer de fuerza para poder moverlo o trasladarlo.

Fluidez: Es la capacidad de expresarse correctamente con cierta facilidad y espontaneidad, tanto en su idioma materno como en una segunda lengua; esto permite que el hablante se desenvuelva de una manera correcta.

Fundación: Es un tipo de persona jurídica, se caracteriza por ser una organización sin ánimo o fines de lucro. Dotada con un patrimonio propio otorgado por sus fundadores, la fundación debe perseguir los fines que se contemplaron en su objeto social.

Gestión: es asumir y llevar a cabo las responsabilidades sobre un proceso (es decir, sobre un conjunto de actividades), esto puede ser empresarial o personal.

Herramientas: Son un conjunto de instrumentos que se utilizan para desempeñar un oficio o trabajo determinado.

Institución: Es un organismo público o privado creado para desempeñar una determinada labor cultural, científica, política o social. Las instituciones son sistemas de índole social y cooperativa creadas bajo imposiciones legales, que procuran ordenar y normalizar el comportamiento de un grupo de individuos (que puede ser de toda una sociedad).

Lucrativa: Es algo que produce ganancia.

Multilingüe: Se refiere a expresarse en varias lenguas.

Observación Directa: Es un método de recolección de datos que consiste en observar al objeto de estudio dentro de una situación particular. Esto se hace sin intervenir ni alterar el ambiente en el que el objeto se desenvuelve.

Organigrama: es la representación gráfica de la estructura de una empresa o institución, que incluye las estructuras departamentales y, en algunos casos, las personas que las dirigen, hacen un esquema sobre las relaciones jerárquicas.

Organización: son estructuras administrativas y sistemas administrativos creados para lograr metas u objetivos con apoyo de los propios seres humanos, y/o con apoyo del talento humano.

Pertenencia: Es tener un vínculo con alguna cosa o persona hasta tal punto de considerarse parte de la misma o sentirse parte de algo, de algún grupo de personas o de algún espacio.

Público Objetivo: Es el público o mejor dicho las personas a las que se dirigen las acciones de comunicación.

Resilientes: Es la capacidad de los seres humanos para adaptarse positivamente a situaciones adversas.

Sinopsis: La sinopsis otorga al lector o espectador un extracto de los aspectos más relevantes del asunto y forma una visión general de una manera resumida y adecuada. La sinopsis por lo general no incluye una visión crítica del tema, sino que tiene como objetivo informar. Puede ser utilizada en trabajos e informes no ficcionales, así también como en obras de ficción y creaciones multimedia.

Tiraje: Es un término que se utiliza para referirse a la cantidad de ejemplares que se imprimen en una determinada edición.

Ubicación: Es el lugar en que se encuentra ubicado algo, o la acción y efecto de ubicar (situar, localizar o instalar en determinado lugar o espacio).

Whatsapp: es una aplicación de mensajería para teléfonos inteligentes, que envía y recibe mensajes mediante Internet, complementando servicios de mensajería instantánea, servicio de mensajes cortos o sistema de mensajería multimedia. Además de utilizar la mensajería en modo texto, los usuarios de la libreta de contacto pueden crear grupos y enviarse mutuamente imágenes, videos y grabaciones de audio

BIBLIOGRAFÍA

Arquidiócesis de Santiago de Guatemala, (2017), *Memoria de Labores*, Ciudad de Guatemala, Cáritas Arquidiocesana.

Behar Rivero, D. S. (2008). *Metodología de la Investigación*, Editorial Shalom S/E

Blanco,C.(2011). *Encuesta y Estadística, Métodos de Investigación cuantitativa en Ciencias Sociales y Comunicación*, Argentina, Editorial Brujas, 1a Edición.

Díaz San Juan, L. (2010). *La Observación*. México. Facultad de Psicología de la UNAM. 1ª Edición.

Gobierno de Navarra. (2011). *¿Cómo planificar la Comunicación desde una Institución Pública? Metodología para el diseño de planes de comunicación*. España. Gobierno de Navarra. S/E.

Hernández Sampieri, R, (2014) *Metodología de la Investigación*, México, D.F. Mc Graw Hill /Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Interiano, C, (1995) *Semiología y Comunicación*, Guatemala, 4ta Edición.

Kuznik, A., Hurtado Albir, A. y Espinal Bereguer, A. (2010). *El uso de la encuesta de tipo social en Traductología. Características Metodológicas*. España. Universidad Autónoma de España. 2da Edición.

Labajo González, E.(2015). *Método Científico*, España, 1a Edición.

Leñero, V. y Marín, C. (1986). *Manual de Periodismo*. México, Barcelona. . Tratados y Manuales Grijalbo. 7ma Edición.

Losada,Díaz, J.C. (2004). *Gestión de la Comunicación en las Organizaciones*. España Editorial Ariel. 5ta Edición.

Manuales prácticos de la Pyme. (2009) *¿Cómo elaborar el Plan de Comunicación?*. España. Instituto Gallego de Promoción económica. 1ª Edición.

Pérez, Gonzalez, R.A. (2001). *Estrategias de Comunicación*. Barcelona. Ariel de Comunicación. 4ta Edición.

E-GRAFIA

Equipo de Redacción de Cultura Comunicativa. (2011) *plan de comunicación interna estructura*, Recuperado de <http://culturacomunicativa.wordpress.com>.

Equipo de Redacción de Concepto.de. (2019), *Concepto de Entrevista*. Recuperado de <https://concepto.de/que-es-entrevista/>

wikipedia. (2019), *concepto de definición de método científico*, Recuperado de http://es.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9todo_cient%C3%ADfico#Descripciones_del_m%C3%A9todo_cient%C3%ADfico.

wikipedia, (2019), *concepto de qué es encuesta*, Recuperado de <https://es.wikipedia.org/wiki/Encuesta>

ANEXOS

Anexo 1: Modelo de la encuesta realizada

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
EPS Licenciatura 2019



El Objetivo de esta encuesta, es conocer acerca de la comunicación Interna de ~~Cáritas Arquidiocesana~~, Los datos que proporcione serán utilizados únicamente para un diagnóstico de comunicación y para fines académicos del EPS de la Licenciatura de Comunicación del año 2019.

Fecha _____

Nombre del encuestado: _____

¿Cuál es el cargo que desempeña dentro de la Institución?

Si surge algún problema, ¿A quién acude para solucionarlo?

¿Por qué medio se entera de las decisiones que afectan a la Institución?

Boletines _____ Reuniones _____ Redes Sociales _____

Correo Interno _____ Personalmente _____ Otros _____

¿Han existido procesos de desinformación sobre temas laborales que afecten su trabajo en ~~Cáritas Arquidiocesana~~?

Si _____ No _____

¿Cuál? _____

¿Qué barreras en la comunicación Interna considera que existen dentro de la Organización?

Para usted, ¿Cuál es la forma más rápida y eficiente para transmitir cualquier tipo de comunicación que sea interna?

Anexo 2 Modelo de entrevista

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
EPS Licenciatura 2019



El Objetivo de esta entrevista, es conocer acerca de la comunicación Interna de Caritas ~~Arquidiocesana~~. Los datos que proporcione serán utilizados únicamente para un diagnóstico de comunicación y para fines académicos del EPS de la Licenciatura de Comunicación del año 2019.

Nombre del entrevistado:

Cargo que ocupa:

¿Cuántas personas conforman el departamento?

3

¿Cuáles son las principales funciones que tiene a su cargo este departamento?

Lo que hacemos es responder las preguntas de las personas o dar información para que nos visiten, esto es por medio de la página web o las redes sociales, pero más que nada a nivel de clientes, beneficiarios o pacientes.

¿Qué canales de comunicación Interna utilizan?

Solo tenemos una página de ~~facebook~~ interna, es solo para trabajadores, pero los avisos que se ponen son cumpleaños, fallecimientos o avisos oficiales que me pasen a mí, por que quien se encarga más de la comunicación interna entre los empleados es el Departamento de Recursos Humanos.

¿Cuáles considera que son los factores internos de comunicación que más afectan dentro de la Institución?

La falta de actualización de datos entre coordinadores, porque no se informan de los cambios existentes.

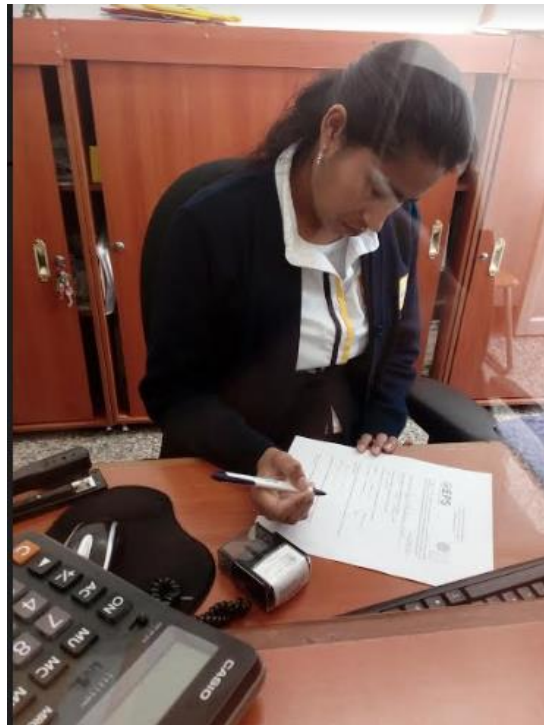
¿Cómo es la comunicación interpersonal entre su departamento y los demás?

Es buena, gracias a la forma de relacionarse de la secretaria que está en el departamento, hemos podido captar opiniones y saber información de otros trabajadores.

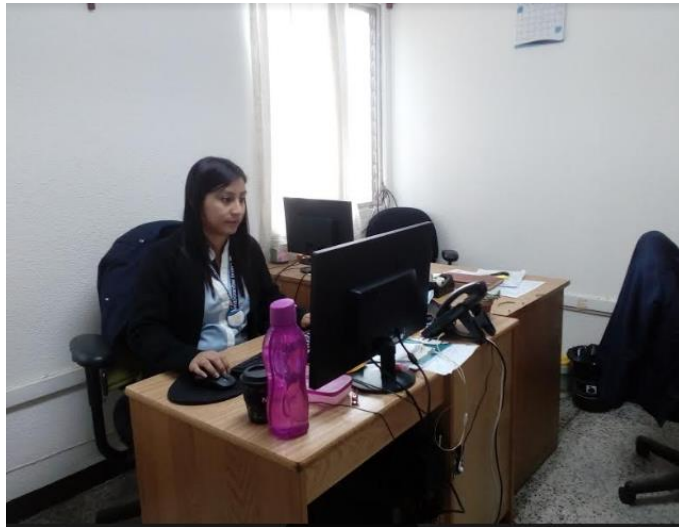
Anexo 3 Vaciado de Datos

Pregunta	Jefe inmediato	Otros	Boletín	Reunión	Redes Sociales	Correo Interno	Personal	Otros	Si	No	Rumores	Mala Comunicación	Otros
¿Qué Cargo Desempeña?													
Si surge un problema ¿A quién acude para solucionarlo?	19	5											
¿Por qué medio se entera de las decisiones que afectan a la Institución?			1	17	7	2	12	4					
¿Han existido procesos de desinformación sobre temas laborales que afecten en su trabajo en Cáritas?									14	11			
¿Qué barreras de Comunicación Interna considera que existen dentro de la Institución?											6	14	5
Para usted, ¿Cuál es la forma más rápida y eficiente para transmitir cualquier tipo de Comunicación que sea interna?				8	8	3	10	7					

Anexo 4 Realización de encuestas a Colaboradores de la Institución



Anexo 5 Reunión con Licenciada Waleska Medina, Coordinadora de Comunicación para correcciones



Anexo 6: Hoja de Horas de Práctica.





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): Yasodhara Ramírez Alarcón
No. Carné y DPI: 200417147, DPI 2658663590108
Jefe o Encargado (a): Licenciada Waleska Medina, Coordinadora depto. Comunicación.
Institución o Empresa: Cáritas Arquidiocesana de Guatemala.
Supervisor de EPSL: Licenciada Krista María Ramírez Nájera.

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 14 / Al: 18	Mayo		8	5	5	8	4	30hrs.
2	Del:20 / Al: 25	Mayo	6	6	8	4	5	4	33 hrs.
3	Del:27 / Al: 31	Mayo	5	5	8	8			26 hrs.
4	Del: 3 / Al:8	Junio		8	6	5	6	4	29 hrs.
5	Del:10 / Al:15	Junio	8	8	4	5	6	4	35 hrs.
6	Del: 17 / Al:22	Junio	8	5	4	4	6	4	31 hrs.
7	Del:24 / Al:29	Junio	8	6	4	5	4	4	39 hrs.
8	Del: 1 / Al:6	Julio		8	5	8	5	4	31hrs.
9	Del: 8/ Al:13	Julio	8	8	5	8	5	4	38 hrs.
10	Del:15 / Al: 20	Julio	8	8					16 hrs.
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									300 hrs.

 Waleska Medina B.
 Comunicación
 CÁRITAS ARQUIDIOCESANA
 (f) 
 Licenciada Waleska Medina
 Coordinadora Departamento de Comunicación

(f) 
 Licenciada Krista María Ramírez Nájera
 Supervisor EPSL

