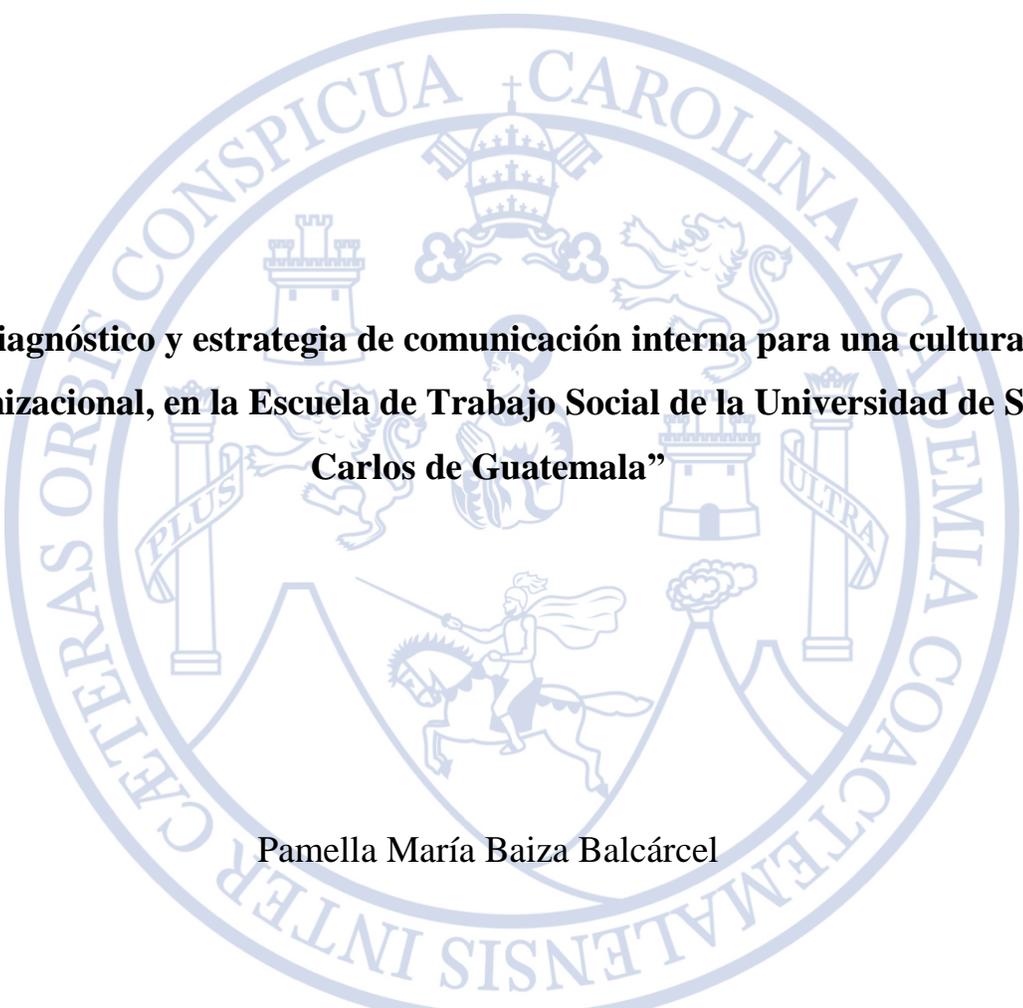


Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

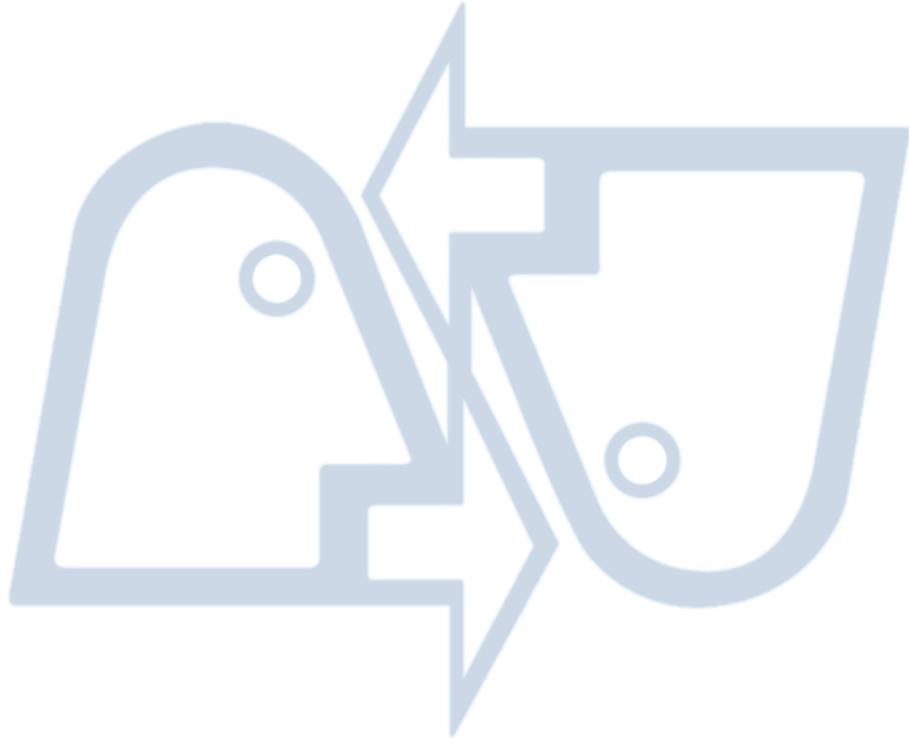


**“Diagnóstico y estrategia de comunicación interna para una cultura organizacional, en la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala”**

Pamella María Baiza Balcárcel

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, octubre 2020



**Comunicación**  
*creando futuro*



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



**“Diagnóstico y estrategia de comunicación para una cultura organizacional, en la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala”**

Pamella María Baiza Balcárcel

Previo a obtener el título de:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesor Licdo. Fernando Lucero

Guatemala, octubre 2020

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

**Director**

Lcdo. César Augusto Paiz Fernández

**Consejo Directivo**

**Representantes Docentes**

M.A. Gustavo Alfonso Yela Fernández

M.A. Silvia Regina Miranda López

**Representantes Estudiantiles**

Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

**Representante de Egresados**

M.Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

**Secretario**

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

**Comisión de EPS de Licenciatura**

**Coordinador**

Dr. José María Torres Carrera

**Supervisora**

M.A. Evelin Morazán Gaitán

**Supervisor**

Lcdo. Luis Fernando Lucero

**Supervisor**

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

**Supervisora**

M.A. Evelin Hernández

**Supervisora**

Lcda. Krista María Ramírez

**Supervisora**

Lcda. Brenda Yanira Chacón Arévalo

**Supervisores**

Lcdo. Mynor René Martínez y

M.A. Edgar Martínez García



Guatemala, octubre 19 de 2020

Estudiante de EPS de Licenciatura  
Pamella María Baiza Balcárcel  
Carné no. 201022574  
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Luego de evaluado su trabajo académico impreso y de manera virtual titulado: **“Diagnóstico y Estrategia de Comunicación Interna para una cultura organizacional, en la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala”** y de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se aprueba por Unanimidad por parte del Tribunal Examinador.

Por lo tanto, se autoriza el trabajo final en el Acta de cierre respectiva e impresión de su trabajo final de EPSL en un número de (5) ejemplares impresos que deberá entregar a las instancias respectivas indicadas; así como (3) CD's con el documento incluido con el formato PDF los cuales deberá entregar a la Biblioteca Flavio Herrera, Biblioteca Central y a la Coordinación de EPSL de la E.C.C.

Sin más que hacer constar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Lcde. Fernando Lucero  
Supervisor

M.A. Evelyn Morazán  
Supervisora

Dr. José María Torres Carrera  
Coordinador





Guatemala 1 de Junio del 2020  
EPSL-C39-2020

Licenciada:  
Alma Lillan Rodríguez  
Directora  
Escuela de trabajo Social  
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Ciudad

Distinguida Licenciada Rodríguez:

Por medio de la presente se solicita aceptar como practicante del programa de graduación del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, a la estudiante **Pamella María Batza Balcareel**, carné no. **201022574** quién manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada en su institución, para el efecto se requiere lo siguiente:

- Extenderle, por favor una carta de aceptación y trabajar por medios electrónicos y plataformas virtuales.
- Facilitarle los materiales para hacer su práctica.
- Aceptar que dentro del Plan y Estrategia de Comunicación del 2020 de su institución, y que el estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico con medios electrónicos o plataformas virtuales, elaborar un plan y ejecutar una estrategia, que ayude al proceso de comunicación interna o Externa de su institución.
- Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional –EPSL, cuando las condiciones sanitarias lo permitan por la emergencia Sanitaria actual por el COVID-19.
- Que se autorice el informe final de resultados de dicha investigación.

Atentamente,



Dr. José María Torres Carrera  
Coordinador EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

cc. Archivo  
MA. Evelin Morazán

Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Edificio M2, Ciudad Universitaria USAC  
Zona 12, Ciudad de Guatemala, C.A.  
[www.comunicacion.usac.edu.gt](http://www.comunicacion.usac.edu.gt)

(502) 2418-8920





UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE TRABAJO SOCIAL

Edificio S-1 – Segundo Nivel Ciudad Universitaria Zona 12, Guatemala Centroamérica  
PBX (502) 24436500 – (502) 24188000 Extensiones 1441- 1454 -1458 - 1459  
Teléfono (502) 24188850  
<http://www.trabajosocial.usac.edu.gt>



REF. DEXT-130/2020  
Guatemala, 14 de julio 2020

Doctor  
José María Torres Carrera  
Coordinador EPS  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Presente

Respetable Doctor Torres:

Reciba un cordial saludo de la Unidad de Relaciones Públicas de la Escuela de Trabajo Social de esta Casa de Estudios.

Por este medio se hace constar que la Escuela de Trabajo Social, autoriza para que la estudiante: Pamela María Baiza Balcarcel, quien se identifica con número de carné: 201022574 realice su Ejercicio Profesional Supervisado en la Unidad de Relaciones Públicas de esta Unidad Académica.

Al agradecer su atención a la presente, me despido cordialmente

**"Id y enseñad a todos"**

  
MSc. Marco Antonio Rosales  
Unidad de Relaciones Públicas



MAR/ceci  
c.c. Archivo



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

## **Dedicatoria**

**A Dios:** que me dio la victoria por medio de nuestro Señor Jesucristo. Gracias por iluminarme, por ser mi luz, mi esperanza, mi faro y mi guía, por darme salud, fuerza y los medios que después de Él me ayudaron para poder culminar con éxito esta etapa. Y por los ángeles que puso en mi camino, que me acompañaron para llegar a la meta.

**A mi madre:** por entregarme su amor y apoyo incondicional, por sus oraciones diarias y palabras de confort para no decaer, es la mayor bendición que Dios me a dado. A la única persona del mundo que siempre estará conmigo en las buenas y en las malas, porque este triunfo no es solo mio, gracias, Mamá.

**A mi hermana:** por estar siempre brindándome consejos y escuchando cada alegría y tropiezo en este camino. Agradezco a la vida porque has sido el mejor regalo, gracias por tu amor desinteresado.

**A la Universidad de San Carlos y a la Escuela de Ciencias de la Comunicación:** por ser mi casa durante todo este tiempo y brindarme las posibilidades para desarrollarme como persona y profesional.

## ÍNDICE

|   |    |
|---|----|
| i. Introducción.....                                  | i  |
| ii. Antecedentes .....                                | ii |
| iii. Justificación.....                               | iv |
| Capítulo 1 .....                                      | 1  |
| Diagnóstico de Comunicación.....                      | 1  |
| 1. La institución .....                               | 1  |
| 1.2. Perfil institucional .....                       | 1  |
| 1.3. Ubicación geográfica.....                        | 1  |
| 1.4. Integración y alianzas estratégicas .....        | 1  |
| 1.5. Origen e historia .....                          | 2  |
| 1.6. Departamentos de la institución .....            | 5  |
| 1.7. Organigrama de la institución.....               | 7  |
| 1.8. Misión.....                                      | 9  |
| 1.9. Visión .....                                     | 9  |
| 1.10. Objetivos institucionales.....                  | 9  |
| 1.11. Público objetivo.....                           | 10 |
| 1.12. Diagnóstico .....                               | 10 |
| 1.12.1. Objetivo general .....                        | 11 |
| 1.12.2. Objetivos específicos.....                    | 11 |
| 1.13. Técnicas de recolección de datos.....           | 11 |
| 1.13.1. Entrevista semiestructurada.....              | 12 |
| 1.13.2. Documentación.....                            | 12 |
| 1.13.3. Observación .....                             | 13 |
| 1.14. FODA .....                                      | 13 |
| 1.15. Problemas detectados .....                      | 16 |
| 1.15.1. Problemas primarios .....                     | 16 |
| 1.15.2. Problemas secundarios .....                   | 16 |
| 1.16. Planteamiento del problema comunicacional ..... | 16 |
| 1.17. Indicadores de éxito.....                       | 17 |
| 1.18. Proyecto a desarrollar .....                    | 17 |

|   |    |
|---|----|
| Capítulo 2 .....  | 18 |
| 2. Plan estratégico de comunicación .....                                   | 18 |
| 2.1. Descripción técnica del plan estratégico de comunicación .....         | 18 |
| 2.2. Objetivos de la estrategia.....  | 19 |
| 2.2.1. Objetivo general .....   | 19 |
| 2.2.2. Objetivos específicos .....  | 19 |
| 2.3. Misión.....  | 19 |
| 2.4. Visión .....   | 19 |
| 2.5. Elementos comunicacionales.....  | 20 |
| 2.5.1. Orígenes de la comunicación.....                                     | 20 |
| 2.5.2. Comunicación.....  | 20 |
| 2.5.3. Barreras de la comunicación.....                                     | 21 |
| 2.5.4. Tipos de comunicación.....   | 22 |
| 2.5.5 Comunicación en tiempo de crisis.....                                 | 24 |
| 2.5.6. Comunicación organizacional .....                                    | 25 |
| 2.5.7. Comunicación interna.....  | 26 |
| 2.5.8. Formas de la Comunicación Interna.....                               | 26 |
| 2.5.9. Canales de comunicación .....  | 27 |
| 2.5.10. Rumor .....   | 27 |
| 2.5.11. Comunicación interpersonal .....                                    | 28 |
| 2.5.12. Las relaciones interpersonales en el trabajo .....                  | 28 |
| 2.5.13. Trabajo en equipo .....   | 29 |
| 2.5.14. Motivación.....   | 29 |
| 2.5.15. Tipos de motivación que se pueden encontrar para el trabajador..... | 30 |
| 2.5.16. Teoría de la motivación de Maslow .....                             | 30 |
| 2.5.17. Cultura organizacional.....   | 32 |
| 2.5.18. Las culturas dominantes .....                                       | 33 |
| 2.6. Alcances y límites de la estrategia.....                               | 33 |
| 2.7. Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional .....   | 34 |
| 2.8. Actividades para la operatividad de la estrategia .....                | 35 |
| 2.8.1. Propuesta 1: plan de cultura organizacional .....                    | 35 |

|  |    |
|--|----|
| 2.8.2. Propuesta 2: manual de cultura organizacional ..... | 36 |
| 2.8.3. Propuesta 3: manual de infografías COVID-19 .....   | 36 |
| 2.9. Financiamiento .....                                  | 37 |
| 2.10. Presupuesto .....                                    | 37 |
| 2.11. Beneficiarios .....                                  | 37 |
| 2.12. Recursos Humanos .....                               | 38 |
| 2.13. Áreas Geográficas de Acción .....                    | 38 |
| 2.14. Cuadro Comparativo de la Estrategia .....            | 39 |
| Capítulo 3 .....   | 40 |
| Ejecución de la Estrategia.....                            | 40 |
| 3. Informe de la ejecución .....                           | 40 |
| 3.1. Ejecución 1 .....                                     | 40 |
| 3.2. Ejecución 2 .....                                     | 42 |
| 3.3. Ejecución 3 .....                                     | 44 |
| 3.4. Actividades y calendarización .....                   | 47 |
| 3.5. Conclusiones.....                                     | 48 |
| 3.6. Recomendaciones .....                                 | 49 |
| iv. Referencias .....                                      | 50 |
| v. E grafías .....   | 52 |
| vi. Anexos .....   | 53 |

## **i. Introducción**

La Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC), por medio del Ejercicio Profesional Supervisado de la carrera de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, promueve y busca desarrollar proyectos a través de los estudiantes interesados en aplicar los conocimientos adquiridos y, con ello, ayudar a la sociedad para el bien común.

La Escuela de Trabajo Social es la unidad académica de la USAC, encargada de proyectar profesionales en temas sociales y humanistas, fundamentadas en la ciencia y la tecnología para presentar soluciones a los problemas sociales que oprimen fuertemente la sociedad.

En este informe de Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) da a conocer el diagnóstico comunicacional en el cual se llevaron a cabo algunas estrategias en materia de comunicación para el fortalecimiento de la unidad académica en mención. En él se encuentra información como los antecedentes, objetivos institucionales, organigrama de los departamentos que conforman la institución y el público objetivo al cual dirige sus acciones comunicacionales.

En esta fase de investigación se determinó la necesidad de fortalecer con un proyecto comunicacional a la Escuela de Trabajo Social. Fortalecimiento en la comunicación y la cultura organizacionales, elaborando objetivos, los cuales cubrirán las necesidades detectadas.

## **ii. Antecedentes**

La comunicación es, ha sido y será la clave para individuos y organizaciones, es un proceso que posibilita la interrelación del ser humano desde signos establecidos como válidos para el intercambio de ideas y/o conceptos.

La comunicación organizacional establece varios vínculos como integración, identidad, logros entre los individuos, ya que una mala comunicación en una organización ocasionaría un impacto negativo en su cultura organizacional.

En la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala se han realizado tesis sobre comunicación y cultura organizacionales. Entre ellos está el trabajo de tesis que presentó la Licenciada. Diana Nitch que se denomina “Análisis de la Comunicación Interna y el Clima Laboral en el Centro de Pagos de una Empresa de Telecomunicaciones en Guatemala”. (2018), En dicha investigación se elaboró un diagnóstico en el cual se comenta que en la empresa los colaboradores no tienen una confianza mutua, para un trabajo en equipo, por tal razón, se complica alcanzar las metas asignadas a su área de trabajo.

Este estudio concluye que es necesario fortalecer los canales de comunicación que existen, proporcionando toda la información disponible a los colaboradores y motivar a estos para que el trabajo no sea una rutina y así tener una comunicación organizacional efectiva, adecuada y fuerte.

En la situación actual la comunicación organizacional toma un papel muy importante, se debe poseer la capacidad de estar al ritmo comunicacional que las sociedades demandan y que las instituciones necesitan para prepararse ante las necesidades que pudiesen surgir.

La Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC) desde principios de marzo de 2020 se sumó al plan de prevención contra el coronavirus, conjuntamente con el Centro de

Estudios de Desarrollo Seguro y Desastres (CEDESYD) y se unieron al plan del Ministerio de Salud para prevenir casos de coronavirus (COVID-19).

Para prevenir el coronavirus, la universidad realizará acciones coordinadas por medio del Centro de Estudios de Desarrollo Seguro y Desastres, la Unidad de Salud de Bienestar Estudiantil, los enlaces del Consejo Coordinador de Desarrollo Seguro y Desastres, facultades, escuelas no facultativas, centros universitarios y dependencias de la USAC. El plan contempla distintas fases de acción, la primera es de prevención e incluye una campaña de sensibilización y divulgación.

En la actualidad en temas de comunicación organizacional y crisis derivada de la situación sanitaria por el COVID-19 no hay estudios relevantes de investigación en la Escuela de Trabajo Social, hay acciones que se han tomado desde los cierres de la universidad, que permiten seguir prestándole la atención al estudiante desde los entornos digitales.

### **iii. Justificación**

Como parte de la realización del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de 2,020, se tuvo la necesidad de investigar la forma de actuar de la Escuela de Trabajo Social, en cuanto al fortalecimiento en la comunicación que toma un papel significativo y eficaz, como un instrumento indispensable para desarrollar un proyecto que aporte y beneficie al personal administrativo, docente y de servicio.

Desde este punto de vista se busca generar propuestas que permitan consolidar la comunicación del personal interno, como principal grupo objetivo. Razón por la cual, se debe exponer la situación de crisis que actualmente se vive en el país, generada por la Pandemia COVID-19, para desarrollar mecanismos, canales adecuados y acordes en el ámbito de la comunicación.

El siguiente proyecto ejecuta un plan comunicacional para fortalecer y mejorar el clima organizacional, en él se desarrollan estrategias de acuerdo con las necesidades detectadas en la unidad académica objeto de este estudio.

En la investigación se detectó a tiempo un problema de comunicación evitando deficiencias o mal funcionamiento en la ejecución de tareas de una o varias áreas de la institución; y así continuar con el compromiso de labor social que marca la existencia de la Escuela de Trabajo Social.

# **Capítulo 1**

## **Diagnóstico de Comunicación**

### **1. La institución**

Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

### **1.2. Perfil institucional**

La Escuela de trabajo Social, fue incorporada a la universidad de San Carlos de Guatemala, el 15 de enero de 1975, según Punto séptimo del Acta 1-75, del Consejo Superior Universitario, Unidad Académica que, mediante la investigación, docencia y extensión, forma profesionales con capacidad científico-técnica y humanística; integrada por profesionales de diferentes disciplinas científicas, estudiantes, personal administrativo y de servicio.

### **1.3. Ubicación geográfica**

La Escuela de Trabajo Social tiene sus instalaciones en el Edificio S1 del campus central de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Zona 12 Ciudad Universitaria.

### **1.4. Integración y alianzas estratégicas**

La Escuela de Trabajo Social es una entidad que integra la docencia, investigación y el servicio; por lo tanto, está aliada a diversas instituciones públicas y privadas que permiten y facilitan la práctica social y comunitaria. Esta el departamento de extensión el cual promueve convenios de cooperación y/o cartas de entendimiento con instituciones gubernamentales y no gubernamentales, para financiar actividades académicas.

## **1.5. Origen e historia**

La Escuela de Trabajo Social inicia sus actividades como Unidad Académica de la Universidad de San Carlos de Guatemala en 1975, con facultad para formar profesionales de nivel intermedio. La escuela comenzó a desarrollar su proyecto educativo por medio del “Sistema de Unidades integradoras del conocimiento”, el cual se cambió en 1978 al Sistema de Cursos Semestrales (Manual de Organización Escuela de Trabajo Social, 2012).

Pero dos años antes, por varios factores, provocó una crisis orgánica que se resolvió, no solo modificando el pensum de estudios volviendo al sistema tradicional de cursos y prácticas, sino se estableció el sistema de elección para optantes al cargo de director/a.

Explicándolo de una mejor manera el plan comprendía seis semestres de estudio más uno de Ejercicio Profesional Supervisado, y con el requisito de elaborar trabajo de tesis previo a graduarse, la necesidad de readecuación curricular siempre se ha hecho sentir.

Desde 1980 a 1994 se integraron diferentes comisiones de readecuación curricular que no lograron concretar el trabajo encomendado. En 1984 autoridades y profesores de la Escuela de Trabajo Social (Campus Central, Departamento de Guatemala), de la Carrera de Trabajo Social del Centro Universitario de Occidente (Departamento de Quetzaltenango), la Carrera de Trabajo Social del Centro Universitario del Suroccidente (Departamento de Suchitepéquez), y de la Carrera de Trabajo Social de Centro Universitario de San Marcos (Departamento de San Marcos), presentaron al Consejo Superior Universitario de la Universidad de San Carlos de Guatemala, una propuesta de Licenciatura en Trabajo Social.

Se autorizó el Programa Especial de Licenciatura en Trabajo Social –para cinco cohortes– en la Escuela de Trabajo Social, para profesionales egresados de la Carrera Intermedia (Manual de Organización Escuela de Trabajo Social, 2012). El cual comprendía cuatro semestres con cuatro cursos cada uno, y la elaboración de la tesis previa a obtener el título.

En otro orden de ideas, un hecho importante para la Escuela de Trabajo Social es su independencia a través de sus 45 años de existencia, la escuela ha venido evolucionando, de

1985 a 1991 con la autorización del Consejo Superior Universitario. “La Escuela ejecutó su programa Especial de Licenciatura el que ofreció a los Trabajadores Sociales graduados como técnicos para complementar sus estudios y obtener el grado académico de Licenciado” (Manual de Organización Escuela de Trabajo Social, 2012, p.2).

En 1996 el Consejo Superior Universitario autorizó la readecuación Curricular de la Escuela, que la facultó para otorgar, en forma regular e institucional, el grado académico de licenciado, lo cual contribuyó a que la Escuela se modernizara, y por consiguiente se crea el Instituto de Investigaciones, el Departamento de Planificación Académica, la Secretaría Académica, el Centro de Ayudas Audiovisuales, el centro de Cómputo y el Programa de extensión (Manual de Organización Escuela de Trabajo Social, 2012, p.2).

Por acuerdo de Consejo Superior Universitario para todas las Escuelas y Centros Regionales Universitarios, la autoridad máxima de la Escuela dejó de llamarse “Consejo Académico” para ser Consejo Directivo, e igualmente dejó de ser paritario, integrado por director/a quien preside, dos profesores, dos alumnos y un representante de los profesionales.

La Secretaría Administrativa ejerce la secretaría de dicho Consejo. En 1995, a través del trabajo de la Comisión de Readecuación Curricular se diseñó el currículum de Licenciatura en Trabajo Social que sustenta el proceso formativo a partir de 1996, el cual está vigente en la Escuela (Manual de Organización Escuela de Trabajo Social, 2012).

Con la participación de todos los sectores que integra la Escuela, se formuló su Plan de Desarrollo Académico 2004-2013, el cual fue aprobado por el Consejo Directivo el 17 de marzo de 2004, que presenta 67 proyectos en el marco del Plan Estratégico USAC-2022.

Destinados a resolver los problemas de docencia, investigación, extensión y administración el mismo se está implementando esperando alcanzar dos grandes resultados: la institucionalización y la Excelencia Académica de su proyecto educativo, asimismo, la puesta en marcha de una readecuación curricular, y la búsqueda de la acreditación de la carrera a través del Sistema Centroamericano de Evaluación y Armonización de la Educación Superior – SICEVAES-, en el marco del Sistema Nacional de Acreditación de la Educación Superior –SINAES (Manual de Organización Escuela De Trabajo Social, 2012, p.2).

“En el 2004 se crea el departamento de Estudios de Posgrado, debidamente incorporado al Sistema de Estudios de Posgrado de la Universidad de San Carlos de Guatemala, a través de este actualmente se imparte una Maestría y Especialidades, autofinanciables” (Manual de Organización Escuela de Trabajo Social, 2012, p.2).

“Hasta el 2010 la Escuela ha graduado 1369 profesionales, de los que 801 son de nivel técnico y 568 con el grado académico” (Manual de Organización Escuela de Trabajo Social, 2012, p.3). Acta No. 16-2008, de sesión celebrada el 3 de septiembre de 2008, contempla formar profesionales en un proceso educativo por competencias, con enfoque holístico, mismo que ha requerido la modificación de la estructura administrativa de la escuela, aprobada por Consejo Directivo, según el punto Cuarto, inciso 4.4. Del Acta No. 14-2011, de sesión celebrada el día 13 de septiembre de 2011.

La Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala es la Unidad Académica que, mediante la investigación, docencia y extensión, forma profesionales con capacidad científico-técnica y humanística; integrada por profesionales de diferentes disciplinas científicas, estudiantes, personal administrativo y de servicio.

La profesión de Trabajo Social es una disciplina de las Ciencias Sociales que estudia, analiza y explica la problemática social, para coadyuvar en la solución de problemas de personas, grupos y comunidades, que presentan carencias de tipo social, económico, cultural y espiritual para trabajar en procesos participativos de investigación, organización, promoción y movilización en la búsqueda de su desarrollo humano, en dicho proceso, se utilizan métodos propios de actuación (Manual de Organización Escuela de Trabajo Social, 2012).

En el 2019 el Consejo Superior Universitario, conforme a lo dispuesto en el documento de ‘Políticas institucionales’ en su apartado de ‘Políticas Académicas de Docencia-Política de Educación Virtual’ delimitada por la actual administración rectoral.

La cual se orienta a impulsar la educación a distancia por medio de plataformas y entornos virtuales para ofrecer a los estudiantes programas novedosos, actualizados científicamente y tecnológicamente, aprovechando las herramientas que ofrece la nueva era de la información y comunicación.

Mediante Punto Séptimo, Inciso 7.2 del Acta No. 09-2019 de fecha 27 de marzo del mismo año, aprueba la Política de Educación a Distancia en Entornos Virtuales, convirtiéndose en el respaldo legal del proyecto de reestructura de la 'Unidad de Educación Virtual' y el 'Programa para la Formación de Formadores' para la creación de la 'División de Educación a Distancia en Entornos Virtuales', como dependencia de la Dirección General de Docencia, responsable de impulsar e implementar la educación abierta, a distancia, virtual y en línea.

Es así como a través de los años la Escuela de Trabajo Social ha buscado su desarrollo y la formación de la excelencia académica, cuyo único propósito es la formación de profesionales capacitados para desarrollar sus conocimientos y que puedan brindar sus servicios a la sociedad guatemalteca.

## **1.6. Departamentos de la institución**

- **Consejo Directivo:**

El Consejo Directivo, es el órgano colegiado de gobierno y máxima autoridad de la Escuela. Ente decisorio, académico-administrativo, responsable de la dirección y administración de la Escuela de Trabajo Social y de velar por la calidad académica; rige su actuación por los principios y valores de racionalidad, equidad, ética, honestidad, responsabilidad, respeto, democracia, justicia, eficiencia y eficacia; mismos que hará suyos y aplicará en sus actuaciones (Manual de Organización Escuela de Trabajo Social, 2012, p.7).

- **Dirección:**

Es el órgano de dirección responsable de administrar el funcionamiento de la Escuela de Trabajo Social, asimismo, se encarga de velar por la correcta ejecución de las disposiciones del Consejo Directivo. Está a cargo de un(a) director(a) electo(a) que dura en sus funciones cuatro años, pudiendo ser reelecto(a) únicamente para un nuevo período (Manual de Organización Escuela de Trabajo Social, 2012, p.10).

En su estructura organizativa se encuentra: director (a), Secretaría de Dirección, Coordinadora de Planificación, Secretaría Académica, Secretaría Administrativa, Instituto de Investigaciones y el Departamento de Estudios de Posgrado.

- Coordinadora de Planificación: “La Coordinadora de Planificación de la Escuela de Trabajo Social, es el organismo *staff*, responsable de promover, asesorar y evaluar el proceso de planificación académica, desarrollo institucional y administrativo” (Manual de Organización Escuela de Trabajo Social, 2012, p. 20).
- Secretaría Administrativa: “Es la entidad encargada de coadyuvar a la Dirección de la Escuela, en la programación, asignación, monitoreo y evaluación oportuna de los recursos necesarios para el desarrollo efectivo de la investigación, docencia y extensión” (Manual de Organización Escuela de Trabajo Social, 2012, p.39).
- Secretaría Académica: “Es la instancia académico-administrativa, responsable del desarrollo curricular mediante la articulación de la docencia, investigación y extensión, procurando la prestación de servicios académicos de alta calidad” (Manual de Organización Escuela de Trabajo Social, 2012, p. 78).

En su estructura organizativa se encuentra: Secretaría Académica, Secretaría, Unidad de Control Académico, Centro de Cómputo, Biblioteca, Unidad de Recursos Audiovisuales, Departamento de Docencia y Departamento de Extensión.

- Departamento de Docencia: “Es la instancia responsable de sincronizar y articular horizontal (entre áreas de formación) y verticalmente (entre niveles) los programas académicos institucionales, los programas de curso y monitorear la actividad docente para el desarrollo efectivo de las competencias en las estudiantes” (Manual de Organización Escuela de Trabajo Social, 2012, p.102).

- **Departamento de Extensión:**

Es la unidad académica encargada de promover la vinculación de la Escuela con el entorno, difundiendo la ciencia, el arte, la cultura, el deporte, la actividad física y la recreación en la población guatemalteca y su comunidad estudiantil, mediante sus programas de servicio, integrados con la investigación y la docencia (Manual de Organización Escuela de Trabajo Social, 2012, p.117).

En su estructura organizativa se encuentra: Jefatura del Departamento de Extensión, Secretaría del Departamento de Extensión, Unidad de Relaciones Públicas, Unidad de Atención Integral del Estudiante, Unidad de Proyección Social y Unidad de Ejercicio Profesional Supervisado.

- **Instituto de Investigaciones:** es el órgano de la Escuela de Trabajo Social responsable de aplicar y desarrollar la investigación científica como actividad académica para brindar aportes significativos, en el campo de competencia profesional, al conocimiento y solución de la problemática nacional, y de la propia profesión. Asimismo, contribuir a la formación de investigadores sociales con capacidad para incidir con calidad en el desarrollo humano y social en Guatemala (Manual de Organización Escuela de Trabajo Social, 2012).

- **Departamento de Estudio de Postgrado:**

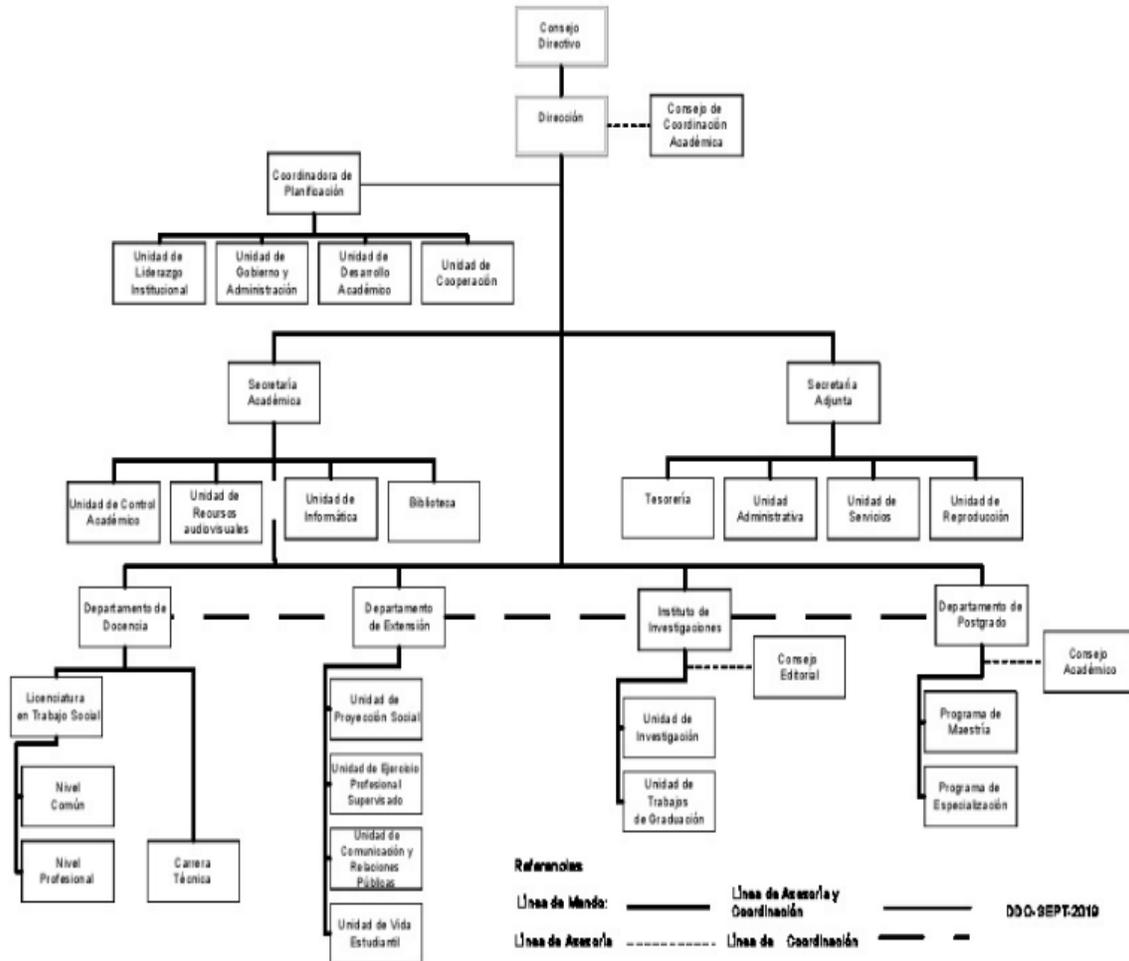
El Departamento de Estudios de Posgrado es la instancia académica de la Escuela de Trabajo Social, responsable de coordinar, planificar, organizar, ejecutar y evaluar los estudios de Posgrado, en los diversos campos de acción profesional; especialización de áreas particulares de las ciencias, la técnica y las humanidades en los niveles de maestrías, especializaciones y doctorados (Manual de Organización Escuela de Trabajo Social, 2012, p.159).

## **1.7. Organigrama de la institución**

La Escuela de Trabajo Social está estructurada de la manera siguiente: “Consejo Directivo, Dirección, Coordinadora de Planificación, Secretaria Académica, Secretaria Administrativa, Instituto de Investigaciones de la Escuela de Trabajo Social IIETS, Departamento de Docencia, Departamento de Extensión y Departamento de Estudios de Postgrado” (Manual de Organización Escuela de Trabajo Social, 2012, p.5).

Imagen 1

**ORGANIGRAMA GENERAL DE LA ESCUELA DE TRABAJO SOCIAL  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**



Fuente: Página Web de Trabajo Social

## **1.8. Misión**

La Escuela de Trabajo Social es una unidad académica rectora en la formación de profesionales de Trabajo Social, que se proyecta a la población guatemalteca, incidiendo en la construcción de una sociedad democrática, incluyente y equitativa.

## **1.9. Visión**

Ser una institución líder de compromiso ético político en la generación del conocimiento, la proyección social y la formación de profesionales de Trabajo Social con pensamiento crítico; oferta académica diversificada e innovadora, para incidir en el desarrollo humano.

## **1.10. Objetivos institucionales**

- Promover el desarrollo de la investigación científica para el estudio, interpretación y propuestas de solución a los problemas sociales de Guatemala.
- Unificar lineamientos y criterios curriculares de las carreras de Trabajo Social en la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Desarrollar competencias profesionales integradas de Trabajo Social, con enfoque holístico, con formación científica y humanista.
- Desarrollar la cultura organizacional a través de la práctica de valores institucionales.
- Modernizar e integrar los procesos de investigación, docencia, extensión y administración.
- Asesorar profesionalmente a individuos, grupos, comunidades, movimientos y organizaciones sociales en los procesos de desarrollo.
- Actualizar y especializar el ejercicio de la profesión.

## **1.11. Público objetivo**

El público objetivo de la Escuela de Trabajo social abarca los siguientes:

- Aspirantes a la carrera de Trabajo Social
- Estudiantes
- Docentes
- Personal Administrativo
- Personal de Servicio
- Egresados
- Empleadores

## **1.12. Diagnóstico**

Comenta Prieto:

Proviene del griego y significa, discernir, conocer. El diagnóstico es en primer lugar, un ejercicio de diferenciación de los elementos de la realidad. Y en última instancia, una lectura esencial de la realidad, una lectura de sus conexiones esenciales, desde una perspectiva histórica (1980, p.136).

El diagnóstico es una primera fase de evaluación importante dentro del trabajo de investigación, detecta los primeros síntomas de los problemas, proponiendo mejoras a los problemas descubiertos.

El informe de Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) de Licenciatura ejecutado en la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala, da a conocer el contexto en el cual se lleva a cabo el EPS, con información de la Escuela de Trabajo Social como los objetivos institucionales, organigrama y departamentos que conforman la institución.

Para el desarrollo de dicho diagnóstico fue utilizada una metodología mixta la cual muestra una serie de instrumentos de investigación para la determinación de la problemática que afecta la comunicación.

Describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos, esto es, detallar como son y se manifiestan. Con los estudios descriptivos se busca especificar, la propiedad, las características, los perfiles de personas, grupos, comunidades procesos, objeto u otro fenómeno que se someta a un análisis (Sampieri,1999, p.92).

Los instrumentos que se utilizaron: observación, documentación y una entrevista semiestructurada, con los cuales se evaluó a través de los conocimientos obtenidos durante la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, los aspectos que necesitan fortalecer para un mejor funcionamiento de la institución.

Se pudo detectar que la comunicación entre los empleados con sus jefes inmediatos y autoridades no es fluida, no se fomenta ni desarrolla el trabajo en equipo y no se motiva al personal. La valorización y el reconocimiento del trabajo de los demás es escasa y pocas veces se tiene un plan de ayuda hacia el personal para mejora del desempeño del trabajo. En otras palabras, todo lo que abarca lo anterior es el análisis de la comunicación y cultura organizacional, niveles de satisfacción, percepción y motivación de los miembros de la organización.

#### **1.12.1. Objetivo general**

Conocer el proceso de comunicación y cultura organizacional por medio de la Unidad de Relaciones Publicas del Departamento de Extensión de la Escuela de trabajo Social durante el primer semestre del 2020.

#### **1.12.2. Objetivos específicos**

- Examinar la situación de la cultura organizacional en la institución de estudio.
- Analizar la información obtenida de la cultura organizacional de la institución.
- Investigar áreas de oportunidad.

### **1.13. Técnicas de recolección de datos**

Las técnicas nos servirán de evaluación para obtener información objetiva en este proceso. Entre las técnicas de recolección de datos utilizadas durante el desarrollo del diagnóstico están:

### **1.13.1. Entrevista semiestructurada**

La entrevista se realizó al Máster Marco Rosales de la Unidad de Relaciones Publicas del Departamento de Extensión de la Escuela de trabajo Social, con el fin de conocer sus apreciaciones y necesidades de la institución. Persona idónea para adquirir datos que aporten a la investigación, lleva más de 15 años colaborando para dicho lugar, siendo pionero de la Unidad.

Como resultado de la entrevista se pueden resaltar algunos puntos que el Máster Rosales comenta sobre la comunicación organizacional, la cual el Departamento de Extensión integrado por la Unidad de Relaciones Publicas buscan que sea efectiva. Pero comenta que en esa área hay poco personal ya que el coordinador de dicha área es el único encargado de ejecutar los proyectos comunicacionales que se presenten.

También comenta sobre la forma de trabajo entre personas, los trabajadores se desarrollan en un ambiente de trabajo agradable a pesar de que las zonas de oficinas son reducidas. Esto lleva a la conclusión que hay espacios en los cuales la comunicación y cultura organizacional pueden fortalecer a la Escuela de Trabajo Social por medio de trabajadores motivados, comprometidos con su trabajo e identificados con la institución.

### **1.13.2. Documentación**

Se tuvo a la vista los documentos e informes de la institución tales como el Manual de Organización, documento que sirvió para conocer la estructura, contenido y funciones de la institución. Además, se consultaron y analizaron las políticas institucionales actuales (2018-2222).

Otros documentos consultados fueron proyectos desarrollados en la institución, cabe mencionar el estudio realizado por estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación sobre Cultura Organizacional en la Escuela de Trabajo Social. Estudios basados en encuestas realizadas para poder interpretar la situación de dicha institución y la percepción de los encuestados y así brindar un diagnóstico.

Se obtuvo el Plan de Salud y Seguridad Ocupacional, ante el COVID-19, este material se trabajó con el objetivo de que las autoridades dieran lineamientos al personal docente, administrativo y de servicio, bajo protocolos para prevenir la propagación del virus.

Adicional, se consultó el informe del Ejercicio Profesional Supervisado realizado por la Licenciada Chamalé Batres Amarilis en el 2011, el cual contiene información acerca de la Escuela de Trabajo Social. Se utilizó la documentación como técnica para obtener información institucional y organizacional.

### **1.13.3. Observación**

Como afirma Sampieri (2010) con este tipo de observación se necesita estar atento a detalles, sucesos, eventos e interacciones.

La observación en la Escuela de Trabajo Social, durante el tiempo de realización del diagnóstico, por medio de la observación de la institución, se analizó de forma superficial y rápida las redes sociales de la Escuela de Trabajo Social, *Facebook* e *Instagram*, con nombre ambas aplicaciones: Periódico Trabajo Social USAC, y la página *web*. Derivado de la crisis sanitaria provocada por el COVID-19, no fue posible estar presencialmente en dicha institución e interpretar el entorno físico de la misma.

### **1.14. FODA**

Es una herramienta que puede considerarse sencilla y que permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. Thompson y Strikland (1998) establecen que el análisis FODA estima el efecto que una estrategia tiene para lograr un equilibrio.

Proviene del acrónimo en inglés *SWOT*, en español las siglas son FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).

Las debilidades de una organización se definen como elementos vulnerables en cuanto a una actividad que la empresa realiza en forma incorrecta, las fortalezas y oportunidades son en su conjunto, capacidades y/o aspectos fuertes.

Las amenazas son lo contrario de lo anterior, constituyen la suma de las fuerzas ambientales no controlables negativos y problemas. Es como tomar una radiografía a lo que se pretende estudiar, decía la Licenciada Chacón en la conferencia vía *zoom*, en la cual hacía mención que tanto las fortalezas como las debilidades son internas de la organización, en cambio las oportunidades y las amenazas son externas.

### **Fortalezas**

- El personal interno considera que cuenta con una buena atención de la institución.
- La Escuela de Trabajo Social brinda un servicio de calidad hacia los estudiantes, basándose especialmente en tecnología y enseñanza-aprendizaje.
- Se considera que la enseñanza–aprendizaje posee un alto liderazgo en la institución.
- La relación laboral y la comunicación entre los empleados es efectiva.
- Los trabajadores cuentan con autoridad para tomar sus propias decisiones, a la hora del cumplimiento de sus responsabilidades.
- Los trabajadores cuentan con tiempo suficiente para cumplir su trabajo habitual.
- Los trabajadores consideran tener una comunicación abierta con sus jefes respecto a opiniones y puntos de vista en relación con sus funciones.
- El personal se siente satisfecho con sus atribuciones y pertenecer a la Escuela de Trabajo Social.
- El compromiso por apoyar el trabajo de los demás es bueno.
- Los trabajadores se sienten identificados con la institución.
- Considera el personal que se cuenta con un buen ambiente para desempeñar su trabajo.

## **Oportunidades**

- La Unidad de Relaciones Públicas es apoyada por la dirección de la Escuela de Trabajo Social.
- Integración de estudiantes para apoyo en la ejecución de diversos proyectos de comunicación.

## **Debilidades**

- Según el personal considera un mal servicio de calidad en la infraestructura.
- No se fomenta ni se desarrolla el trabajo en equipo.
- La comunicación de los colaboradores con sus jefes inmediatos y autoridades no es fluida.
- Las autoridades no se preocupan por motivar al personal.
- Pocas veces se tiene un plan de ayuda hacia el personal, para mejora del desempeño de su trabajo.
- Los trabajadores no tienen claramente definida sus funciones, para el buen desempeño en sus labores.
- No se cuenta con la totalidad de asistencia del personal en las actividades culturales y recreacionales.
- No hay retroalimentación para mejorar el desempeño de sus labores.
- La valorización y el reconocimiento del trabajo de los demás es poca.
- Pocas veces se realizan actividades recreacionales en la institución.
- Los recursos materiales, equipos e infraestructura no son los adecuados para la realización del trabajo de los empleados.

## **Amenazas**

- Presupuesto bajo para generar materiales que mejoren la comunicación institucional y organizacional de la Escuela de Trabajo Social.
- Amenaza sanitaria, Pandemia COVID-19.

## **1.15. Problemas detectados**

### **1.15.1. Problemas primarios**

- Los trabajadores no tienen claramente definida su función, para el buen desempeño en sus labores.
- No hay retroalimentación para mejorar el desempeño de sus labores.
- Los recursos materiales, equipos e infraestructura no son los adecuados para la realización del trabajo de los empleados.

### **1.15.2. Problemas secundarios**

- No se fomenta ni se desarrolla el trabajo en equipo.
- No se cuenta con la totalidad de asistencia del personal a las actividades culturales y recreacionales.
- Falta información sobre acciones de emergencia sanitaria por Pandemia COVID-19, para las actividades presenciales en el edificio.

## **1.16. Planteamiento del problema comunicacional**

Proyecto que pretende solventar los problemas de comunicación y cultura organizacional, ante la situación actual de crisis sanitaria, COVID-19.

La comunicación y la cultura organizacionales necesitan ser reforzadas entre los trabajadores ya que no hay unidad para un trabajo en equipo.

Es probable que la comunicación y la cultura organizacional no funcionen al 100% ya que no se cuenta con los elementos de comunicación adecuados, que haga exitosa la dinámica de la cultura organizacional.

### **1.17. Indicadores de éxito**

Para la realización de este proyecto se tiene todo el apoyo y el interés del área de Relaciones Públicas y el Comité de Desarrollo Seguro, áreas encargadas para contar con la seguridad de desarrollar la estrategia en las mejores disposiciones y llegar al grupo objetivo deseado de la institución.

### **1.18. Proyecto a desarrollar**

Diagnóstico de la cultura organizacional, para un desarrollo efectivo, en la Escuela de Trabajo social de la Universidad de San Carlos Guatemala.

## Capítulo 2

### 2. Plan estratégico de comunicación

Es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de objetivos organizacionales (Pascale, 1992, p.240).

Entonces se entiende que el plan de comunicación es una herramienta precisa para planificar y poner en práctica las distintas estrategias, con el objetivo de alcanzar una comunicación efectiva en la empresa de manera coherente y eficaz, que responda a las expectativas de lo que se quiere expresar.

#### 2.1. Descripción técnica del plan estratégico de comunicación

“Serie de elecciones que permiten ubicar los momentos y los espacios más convenientes, para implementar un estilo comunicativo, un sello personal de la organización, que deberán respetar en la ejecución de todos los procesos internos, tanto laborales como humanos” (Arellano, 1998, p.23). La estrategia surgirá como resultado de la preparación del diagnóstico, desarrollado en la Escuela de Trabajo Social.

Investigación que ayudará a fortalecer la comunicación y la cultura organizacional en la institución y sus trabajadores, en las actividades comunicacionales, ante la crisis sanitaria por el COVID-19.

Desde esa perspectiva el objetivo principal de la estrategia es apoyar a que exista una comunicación y cultura organizacional efectiva, basándose en fomentar los valores de la Escuela de Trabajo Social a los trabajadores (administrativos, docentes y de servicio).

Como expone Baez (2000) la palabra comunicación, según el profesor Aranguren, significa puesta en común. Tiene la misma raíz que comunidad y común (del latín *communis* o *communicare*), se relaciona con una comunión entre personas, un compartir.

Los términos comunicación y comunicar sufren sensibles modificaciones pasando progresivamente de significar compartir a centrarse en el significado de transmitir (Wolf, 1997).

Trasmitir, es el objetivo de estudio. En la Escuela de Trabajo Social hay procesos comunicacionales establecidos los cuales deben mejorarse, según reflejo de la investigación.

## **2.2. Objetivos de la estrategia**

### **2.2.1. Objetivo general**

Desarrollar un plan para fortalecer la cultura organizacional, en los trabajadores de la Escuela de Trabajo Social, ante la situación actual de crisis sanitaria.

### **2.2.2. Objetivos específicos**

- Proponer estrategias que ayuden a satisfacer las necesidades localizadas en la institución.
- Construir un entorno que fomente la cultura organizacional de la institución en los trabajadores.
- Generar información que apoye a la institución ante la crisis actual de COVID-19.

## **2.3. Misión**

Guiar el cambio, entorno a una identidad institucional con valores, con la finalidad de ejecutar acciones comunicativas exitosas, construyendo una propuesta de comunicación enfocada a la cultura organizacional.

## **2.4. Visión**

Crear una sinergia colectiva en los trabajadores para que la institución actúe en concordancia con sus objetivos, valores y principios.

## **2.5. Elementos comunicacionales**

### **2.5.1. Orígenes de la comunicación**

La comunicación se caracteriza por ser natural en los individuos, estos necesitan relacionarse y crear vínculos con la sociedad, acoplarse a grupos que tengan sus mismos objetivos e ideales para poder satisfacer sus necesidades. No se puede tener certeza del primer acto comunicativo, pero existen códigos que desde la prehistoria han transmitido ideas, formas de vida, hábitos y culturas.

La comunicación es tan antigua como el ser humano, las primeras referencias de comunicación fueron tomadas de la naturaleza y representan instintos básicos mediante movimientos, gestos y sonidos. Luego aparece la palabra la cual está representada directamente por medio de los sonidos, seguido por elementos como la música, ropa y la pintura.

### **2.5.2. Comunicación**

La comunicación tiene varias interpretaciones, ninguna es errónea, se identificará según la aplicación al contexto. Se muestran algunos conceptos o definiciones:

“La comunicación es el proceso para la transferencia de mensajes (ideas o emociones) mediante signos comunes entre emisor y receptor, con una reacción o efecto determinado” (Maldonado, 1998, p.14).

Otra definición “Conjunto de elementos en interacción en donde toda modificación de uno de ellos afecta las relaciones entre los otros elementos” (Marc y Picard, 1992, p. 39). Quiere decir que la comunicación es de carácter holístico, incomprendible sin el contexto en el que tiene lugar.

Dominique Wolton, “No existe la comunicación en sí misma, ella está siempre ligada a un modelo cultural, es decir, a una representación del otro, porque comunicar consiste en difundir, pero también en interactuar con un individuo o una colectividad” (2005, p.23).

La comunicación es acción, es interactuar con la otra persona para transmitir ideas y/o pensamientos, es una constante dinámica social, donde los individuos se relacionan entre sí. La finalidad de la comunicación es buscar un bien común.

La comunicación implica algún tipo de relación o de unión entre dos partes, que se conectan o corresponden entre sí de algún modo. Es un proceso de transmisión y recepción de señales -ideas, mensajes, datos- mediante un código- un sistema de signos y de reglas- que es común tanto al emisor como al receptor (Ballenato, 2006, p. 174).

### **2.5.3. Barreras de la comunicación**

Hay diferentes aspectos que dificultan la comunicación, estas barreras o también conocidas como ruidos, pueden ser:

- Semánticas: imágenes, palabras o símbolos, que tienen distintos significados para cada persona.
- Psicológicas: ruidos basados en percepciones, valores propios o emociones.
- Físicas: dificultad o imposibilidad de comunicación, interferencias en función de edad, cultura y otras.
- Barreras ambientales: estas son las que están alrededor como distracciones visuales, incomodidad física, interrupciones y ruidos.

Hay otras barreras que son provocadas por interrupciones, por no escuchar o interpretaciones erróneas. A menudo muchos de los problemas de comunicación se deben a malentendidos.

También otro ruido es la filtración, manipulación por parte del emisor de la información que llega al receptor. Cuantos más niveles verticales haya en un canal, más posibilidades existen que se origine una filtración.

#### **2.5.4. Tipos de comunicación**

Según Interiano “existen tres métodos básicos con los que miembros de un grupo se transmiten mensajes entre sí, se trata de la comunicación: verbal (oral y escrita), no verbal y gráfica” (1995, p.17). Es el tipo de clasificación más común que hay:

##### **Comunicación verbal**

Se produce de forma oral, basada en el diálogo, prestando atención al tipo de palabras que el/los interlocutores manejen. Se transmite de dos formas: oral y escrita.

##### **Comunicación oral**

Es aquella en donde de forma verbal dos o más personas originan la comunicación, quiere decir que se refiere a todos los signos orales y palabras habladas de forma gestual. Es la forma más normal que se da en el diario vivir.

##### **Comunicación escrita**

En esta se emplea el manejo de signos gráficos que conforman el alfabeto, por medio de papel o mensajes, estos deben combinarse para formar el mensaje. Transcendiendo en el tiempo y en el espacio.

##### **Comunicación no verbal**

Esta es por medio de gestos, movimientos o expresiones, por medio de esta comunicación se expresan emociones y sentimientos de una forma corta y comprensible.

##### **Comunicación gráfica**

El objetivo de esta comunicación es transmitir un mensaje, pero apoyándose de las imágenes, símbolos e ilustraciones como elementos. La comunicación gráfica es un elemento fundamental para transmitir grandes cantidades de instrucciones.

Según el emisor de la comunicación, se puede diversificar en:

#### Vertical descendente

Esta fluye desde los rangos superiores de la empresa, hasta los rangos inferiores. Habitualmente este tipo de comunicación es muy frecuente dentro de la empresa pues tiene como objetivo dar instrucciones claras y precisas para que el personal pueda responder eficazmente. En este tipo de comunicación se manejan: circulares, folletos, boletines, canales de audio.

#### Vertical ascendente

Es aquella que fluye desde los rangos inferiores hasta los rangos superiores con la posibilidad que los empleados puedan expresarse y comunicarse con sus superiores, por lo general este tipo de información es muy puntual, con la peculiaridad que por medio de esta se puede conocer cuáles son los principales temas de interés que tiene el personal. Se utilizan las encuestas y/o reuniones con el personal.

#### Lateral u horizontal

Se da en los equipos de trabajo, pues la comunicación fluye entre iguales, entre las distintas áreas de la organización que conllevan funciones. Los puntos débiles de este tipo de comunicación suele ser la ausencia de canales establecidos, falta de interés por parte de los implicados, poco tiempo de los miembros de cada área para tareas de comunicación.

Según la participación del número de interlocutores la comunicación se puede clasificar en:

#### Monodireccional

Se transmite únicamente la información en una vía, el receptor no da ninguna respuesta.

#### Bidireccional

Es una comunicación de doble vía, permite retroalimentación, este tipo de comunicación siempre es recomendable.

## Multidireccional

Ante la creciente necesidad de la sociedad por comunicarse, provoca la creación de un cambio en la comunicación, hacia un modelo en el que no sólo participan emisor y receptor, sino que existen respuestas de diferentes grupos. Se habla de la multidireccionalidad de la comunicación que se encuentra en Internet, donde diferentes personas pueden comunicarse simultáneamente.

### **2.5.5 Comunicación en tiempo de crisis**

Para una empresa una crisis puede asumir distintas formas. Puede originarse en un daño en el medio ambiente, un accidente, una crisis financiera, un movimiento social, situaciones que pueden llevar a dañar los valores y desalinearse la misión de la organización alterando su relación con los suyos.

En esas situaciones surgen graves y urgentes problemas que amenazan la estabilidad e incluso el proceso de la organización, que debe reaccionar con rapidez, prestando una especial atención a la información que necesita y la que se va a transmitir.

Reglas básicas para tiempos de crisis:

- Tranquilizar y evitar rumores, una respuesta rápida es fundamental.
- No manipular la realidad, es mejor comunicar de forma breve y concisa. Comunicación que sea directamente de la misma empresa o institución.
- Comunicar e informar no es lo mismo. Cuando se informa es solo transmitir y cuando se comunica intervienen otros factores como el lenguaje no verbal, la comprensión o la emoción.
- La sobreinformación no es buena, al final puede acabar generando desinformación. El mensaje debe de ser breve, claro y bien estructurado para evitar equivocaciones.

### **2.5.6. Comunicación organizacional**

Es un proceso social de intercambio de mensajes, que ha permitido el desarrollo y evolución de las empresas y culturas, no es posible que exista la organización sin comunicación.

Bajo esta perspectiva la comunicación organizacional es una disciplina que está conformada por un conjunto de técnicas y actividades, las cuales tienen como objetivo suministrar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización.

Una organización está compuesta por personal humano que apoya al cumplimiento de objetivos en común, pero estos se dan por medio de la asignación, coordinación y organización de roles para realizar dichas actividades, dando como resultado el cumplimiento de los objetivos.

La comunicación busca que los miembros de la organización adquieran información indispensable para el desempeño de sus actividades laborales; sin esta información el desempeño de los trabajadores probablemente se verá afectado. Si se llegara a dar una ruptura en dicho flujo se podría afectar el correcto funcionamiento de una organización en sí.

La comunicación organizacional se fortalece mediante canales o medios tratando de llegar a los empleados, utilizando diferentes medios para emitir la información, que no solo sea la emisión de mensajes, sino también la retroalimentación de los mismos. Como inducciones, carteleras, manuales, capacitaciones, correo, entre otros, ya sea por medio escrito, digital o personal.

La comunicación organizacional incluye a la comunicación interna, las dos están estrechamente ligadas, y dependen la una de la otra para conformar un sistema coherente y sólido, para a las necesidades de la organización.

### **2.5.7. Comunicación interna**

La comunicación interna también persigue otros fines u objetivos como: la mejora de la imagen de la organización entre los propios empleados, el conocimiento de la realidad empresarial (nadie ama lo que desconoce), la cohesión laboral, el fomento de la cultura corporativa, la amortiguación de la rumorología, el abordaje de situaciones de crisis, incentivar la innovación, la calidad del proceso productivo y, de forma especial, el éxito de los cambios internos (Álvarez, 2007, p.103).

En otras palabras, quiere decir que la comunicación interna trae consigo numerosas ventajas para las organizaciones como, el aumento y la mejora de la productividad, el progreso en las relaciones personales, focalización de los problemas y su pertinente solución, el logro de objetivos en común y baja del rumor.

Esta comunicación obedece a las necesidades de las empresas en motivar al personal y con ello procurar un mejor entorno de trabajo.

La comunicación interna en los últimos años ha tenido un gran avance y se considera prioridad en la organización. Es una necesidad en las organizaciones contar con una herramienta de gestión que permita mejorar los flujos de comunicación.

### **2.5.8. Formas de la Comunicación Interna**

Los procesos de la comunicación dentro de la empresa también se dan en ambientes como camino del trabajo a la casa, el almuerzo o encuentros de cualquier tipo. Estableciéndose dos formas que definen la gestión de los flujos de información en las organizaciones:

#### **Formal o institucional**

Se realiza mediante comunicados u otras herramientas oficiales, conteniendo un mensaje examinado por la jerarquía de la organización.

#### **Informal**

Surge espontáneamente entre los empleados de una organización, no hay reglas establecidas para esta comunicación.

### **2.5.9. Canales de comunicación**

De acuerdo con Gonzáles (1997), medios que serán utilizados para hacer llegar los mensajes. Estos canales, están constituidos por los cinco sentidos. Será indispensable seleccionar entre ellos los que proporcionarán mejores resultados en la asimilación del mensaje hacia el receptor.

A partir de lo explicado anteriormente se puede decir que los canales de comunicación sirven para mejorar y reforzar. Es importante que las empresas descubran el modo de actualizarse y alinearse a los sucesos con las nuevas tecnologías que ofrece el mundo contemporáneo, para que el mensaje llegue de la forma más eficaz posible.

Sin dejar a un lado la realización periódica de monitoreo para identificar de qué manera han influido los cambios empleados y si es necesario reforzar los canales comunicacionales, estos varían según la utilización en las organizaciones y al tipo de información que se emite. Entre los más comunes esta: correo, memorandos, reuniones formales o informales, eventos y otros.

### **2.5.10. Rumor**

La comunicación interna ayuda a prevenir y reducir la incertidumbre del rumor, elemento peligroso, sobre todo, si se está pasando por circunstancias complejas, cambios o problemas de diferente naturaleza.

Se puede decir que el rumor es la principal forma de comunicación informal, que se origina cuando los canales de comunicación formales establecidos no aportan la suficiente información a los miembros de la organización.

En otras palabras, en el ámbito empresarial se puede definir como la transmisión de información por medio de canales no oficiales en la empresa.

Se debe estar atento, no conviene ocultar información en tiempos de crisis, por ello, transmitir mensajes corporativos, informar sobre lo que ocurre dentro de la institución y

motivar son algunos de los objetivos que persigue la comunicación interna para evadir al rumor.

#### **2.5.11. Comunicación interpersonal**

En esta comunicación se encuentra la base de las relaciones humanas, la armonía entre los individuos, proceso y desarrollo social, por ende, la conservación y multiplicación de las especies. Comenta Interiano (1995), la comunicación interpersonal es producto de la casualidad, de la necesidad de intercambiar palabras entre personas, que tengan la posibilidad de cambiar sus roles de comunicadores y receptores, compartir un espacio físico y psicológico común.

Bien ahora, si se lleva lo anteriormente dicho a un ámbito organizacional, depende de la comunicación para llevar a cabo sus actividades, ya que es un componente clave en las relaciones humanas, con varias ventajas.

Por el ejemplo, focalización de los problemas y su respectiva solución, creación y difusión de mensajes que llegan al objetivo sin ser distorsionados, el logro de objetivos en común y disminución del rumor.

El objetivo de la comunicación interpersonal es desarrollar el uso de técnicas de grupo en la relación humana, así como definir la concordancia entre técnica e identificar las ventajas del trabajo en equipo, apoyándose a través de distintas herramientas como los reglamentos internos de trabajo, instructivos, entre otros, para generar una comunicación fluida.

#### **2.5.12. Las relaciones interpersonales en el trabajo**

En una empresa hay diversidad de personalidades que abarca interés y comportamientos distintos, haciendo que estas diferencias dificulten las relaciones humanas. Para determinar la conducta y enriquecer su personalidad deben estar sometidas a normas establecidas.

Sin olvidar que son acuerdos voluntarios entre las personas, ya que cada uno tiene intereses personales que deben ajustarse a los intereses de grupo, y en un plano más específico a los objetivos de la empresa.

Importante es recordar que en la comunicación no debe de faltar, el emisor o quien comunica, quien recibe la comunicación o receptor y el mensaje o lo que se comunica.

### **2.5.13. Trabajo en equipo**

Toda empresa está compuesta por un grupo de personas, las cuales deben trabajar en pro de un objetivo final previamente planificado. Por tanto, surge aquí la clave para que esto se alcance con éxito a través del trabajo en equipo.

El trabajo en equipo está relacionado con los procedimientos, técnicas y estrategias para conseguir sus objetivos propuestos, refiriéndose a varias personas bien organizadas, cada uno con sus correspondientes responsabilidades y tareas claramente definidas.

#### **Ventajas del trabajo en equipo**

- Integración de metas específicas en una meta común.
- Predomina el respeto y la tolerancia por los demás.
- Las personas se motivan a trabajar con un mayor rendimiento, cuando son tomados en cuenta, y se sienten parte de un equipo.

### **2.5.14. Motivación**

La motivación debe dirigirse a lograr que los empleados alcancen un grado de excelencia en su trabajo, partiendo de la idea de que la motivación es el motor de la conducta de los sujetos.

Para ello, los empleados deben sentir satisfacción al realizar su trabajo, buscando formas de hacerlo cada vez mejor, obteniendo continuamente nuevos conocimientos sobre las actividades más importantes que realizan en su puesto.

Capacidad de las empresas y organizaciones para mantener el estímulo positivo de sus empleados en relación con la búsqueda de motivos en el ámbito de la empresa que inspiren a generar acciones para lograr un resultado.

#### **2.5.15. Tipos de motivación que se pueden encontrar para el trabajador**

Motivación intrínseca: se genera a partir de factores internos de la persona, como puede ser la propia satisfacción personal del empleado.

Motivación extrínseca: motivación laboral que es inducida por elementos externos al sujeto, como un aumento de salario o un reconocimiento público.

#### **2.5.16. Teoría de la motivación de Maslow**

Por primera vez el concepto de la jerarquía de necesidades fue introducido por Abraham Maslow en 1943 en *A Theory of Human Motivation* y en su libro *Motivation and Personality*.

Más tarde, el hecho de que esta jerarquía soliese ser representada gráficamente en forma de pirámide, hizo que el núcleo de la teoría pasase a ser destacado como pirámide de Maslow, cuyo renombre es notable incluso hoy en día, décadas después de que fuese propuesta por primera vez.

Hay varias teorías de la motivación, pero se hará referencia sobre la Teoría de Maslow, diciendo que las necesidades orientan la conducta, existiendo una jerarquía de necesidades en el ser humano, de modo que éste realiza un esfuerzo para satisfacerlas.

A medida que las consigue, la persona se marca unas nuevas, que, según la Pirámide de necesidades de Maslow, son: autorrealización, de reconocimiento, afiliación, de seguridad y fisiológicas. Estas se satisfacen en orden jerárquico, lo que significa que al satisfacer una necesidad esta deja de motivar y la siguiente se convierte en dominante.

### **Necesidades fisiológicas**

Incluyen las necesidades vitales para la supervivencia y son de orden biológico. Dentro de este grupo, encontramos necesidades como: necesidad de beber agua, de dormir o de comer. Maslow piensa que estas necesidades son básicas, las demás necesidades son secundarias hasta que no se hayan cumplido las de este nivel.

### **Necesidades de seguridad**

Las necesidades que pertenecen a este nivel tienen que ver con las expectativas y con el modo en el que las condiciones de vida permiten desarrollar proyectos a medio y a largo plazo, como necesidad de empleo, la seguridad física, de ingresos, recursos, o de salud.

### **Necesidades de afiliación**

Esta necesidad se expresa cuando las personas buscan superar los sentimientos de soledad y sentir que hay lazos afectivos entre ellas y ciertas personas. Es decir, cuando se desea trascender el ámbito individual y establecer vínculos con el entorno social.

Estas necesidades se presentan continuamente como cuando se desea tener una familia, de ser parte de una comunidad, de casarse, etcétera.

### **Necesidades de reconocimiento**

Necesidades humanas también conocidas como necesidades de estima, y tiene que ver en la forma del valor propio y ante el resto de la sociedad. Favoreciendo el fortalecimiento de la autoestima, la persona se siente segura de sí misma y piensa que es valiosa dentro de la sociedad.

Se mencionan dos necesidades de reconocimiento: una que incluye el respeto de los demás, la fama, gloria, atención; y otra que determina la necesidad de respeto de sí mismo, como libertad, logro, autoconfianza.

### **Necesidades de Auto relación**

Es uno de los rangos de la jerarquía más alto y de necesidades más difíciles de definir, porque tiene que ver con objetivos altamente abstractos y que no se alcanzan con acciones concretas, sino con cadenas largas.

### **2.5.17. Cultura organizacional**

La cultura organizacional es uno de los pilares elementales para apoyar a todas aquellas organizaciones que aspiren hacerse competitivas. La cultura trata las creencias, costumbres y tradiciones de la empresa.

Según Ritter “la cultura organizacional es la manera en que actúan los integrantes de un grupo u organización y que tiene su origen en un conjunto de creencias y valores compartidos” (2008, p. 108).

Corresponde al sistema de valores, comportamientos, hábitos, la conducta ética, la comunicación e historia de una empresa, donde a través de la unión de cada uno de estas pautas se alcanza el cumplimiento de los objetivos planteados y el fortalecimiento de la empresa para su funcionamiento.

En los últimos años, debido al predominio de las nuevas tendencias empresariales, la cultura de las empresas ha tenido que ajustar al nuevo entorno, y modificar algunos esquemas que representaban una limitante para su desarrollo.

Al definir la Cultura Organizacional se logra detectar obstáculos y proponer soluciones eficaces. De esta manera se conforman grupos de trabajo con habilidades similares para aumentar su rendimiento, también se determina la forma en cómo funciona la organización y se adaptan nuevas y/o mejores estrategias estructuras.

### **2.5.18. Las culturas dominantes**

Se plantean cuatro variables:

#### **Cultura débil- disfuncional**

En este tipo de cultura existen muy pocas actitudes en común, dando como resultado una gran diversidad tanto en la percepción de la realidad como en el comportamiento del personal. Son colaboradores inseguros y desorientados.

#### **Cultura fuerte – disfuncional**

Se caracteriza por poseer una cultura bien marcada, pero los elementos que la componen no representan una guía para la acción en momentos de crisis.

#### **Cultura débil- funcional**

En esta existen pocas actitudes en común, pero al funcionar se cree que en situaciones de crisis pueden guiarse por experiencias pasadas o por experiencias de otras empresas, pero corren un gran riesgo de fracasar.

#### **Cultura fuerte- funcional**

Este tipo de cultura existe una gran comprensión y entendimiento entre el personal, en una situación de crisis las soluciones están sujetas a la cultura organizacional y pueden ser direccionadas de una mejor forma.

### **2.6. Alcances y límites de la estrategia**

Se establecerá la viabilidad del proyecto, sus ventajas y su monto de inversión para un tiempo y forma determinada. Se propondrá un plan de cultura organizacional e infografías sobre COVID-19 para el área de servicio, docentes y administrativos de la Escuela de Trabajo Social, buscando generar información que apoye a la institución ante la crisis actual.

Se aportará un manual que incluya actividades para fomentar y mejorar la cultura organizacional, planteamientos diseñados y pensados para los trabajadores internos de la institución, llevándose a cabo por medio de programaciones de actividades, enfocándose en la organización y así sea más efectivo.

Aunque como se mencionó anteriormente, se propone la elaboración de manuales con objetivos específicos pero la decisión de la implementación del proyecto desarrollado; queda a discreción, por situaciones de la pandemia también podrían surgir cambios en tiempos de ejecución de este.

## **2.7. Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional**

Una investigación es un proceso que se lleva a cabo a través de la aplicación de un método científico o experimental, enfocado en obtener información significativa para concebir, demostrar o corregir el conocimiento del tema de estudio.

La investigación tiene como primordial herramienta el método científico, que es el método de estudio sistemático por excelencia, el cual contiene técnicas de observación y razonamiento.

Para lograr un resultado claro y preciso es necesario emplear algún método de investigación a seguir, ya que la misma tiene una serie de varios caminos para lograr un objetivo o para obtener la información requerida.

Las metodologías mixtas nacen en el marco del Pragmatismo filosófico, aunque se extiende a otras perspectivas paradigmáticas que se hallaban en otros espacios cualitativos.

Hernández habla sobre los métodos mixtos “representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada” (2008, p. 168).

Es la necesidad de dar respuesta a los fenómenos desde el sentido común y la visión de contexto en el que se originan, la que acaba dando forma a esta nueva manera de entender la investigación y el conocimiento.

De manera general, se utilizó en este proyecto el método mixto, se incluyeron datos cualitativos y cuantitativos para responder el problema de investigación, integrando ambos en este estudio, en sus distintas fases, recopilando, analizando e interpretando.

## **2.8. Actividades para la operatividad de la estrategia**

En las acciones que se plantearán para la ejecución de la estrategia, es importante la elaboración paso a paso con cada una, para que se pueda ejecutar según lo proyectado.

### **2.8.1. Propuesta 1: plan de cultura organizacional**

Crear un plan de cultura organizacional para la Escuela de Trabajo Social, con el objetivo de informar y fortalecer los niveles de fomentación y desarrollo laboral (personal de servicio, docente y administrativo) utilizando elementos como los valores de la organización.

Con la problemática de la poca unidad de trabajadores en las actividades internas, este plan busca aportar a los trabajadores de la institución conocimiento, implementación y aceptación de los valores de la organización.

De esa cuenta, se pretende orientar a los trabajadores y crear un desarrollo de actividades académicas como reuniones para propuestas de mejora de trabajo y aportación de ideas. Actividades que logren que estos se expresen, y exista unidad en cada área de trabajo, con estimulación para una actitud positiva sobre las condiciones socioculturales de la institución.

El plan de cultura organizacional tendrá una fácil accesibilidad, pues estará en formato digital y se hará llegar de una forma rápida a cada área correspondiente, se efectuará una

serie de elecciones que permitan encontrar los momentos y espacios más convenientes; elecciones que se deberán seguir para un cumplimiento efectivo de los procesos tanto laborales como humanos.

### **2.8.2. Propuesta 2: manual de cultura organizacional**

Realizar un manual gráfico en formato digital, este va de la mano con el plan de cultura organizacional, se podrá dar uso cuando sea necesario puesto que el contenido se basará en información general de la cultura de la organización y sus mejoras.

El contenido de este es informativo, contextualizará al personal de la institución sobre qué es la cultura organizacional, tendrá incluido misión, visión, objetivos, valores y generalidades para la efectividad del plan.

### **2.8.3. Propuesta 3: manual de infografías COVID-19**

Elaborar un manual gráfico digital de infografías sobre el padecimiento de la pandemia actual COVID-19 y protocolos de acción. Ante esta situación la Escuela de Trabajo Social debe actuar rápidamente ya que esta crisis altera y pone en riesgo a los miembros que laboran en la institución.

Para cuidar de ellos y evitar que eludan responsabilidades, se estará comunicando al personal (servicio, docente y administrativo), a través de imágenes comprensibles, las medidas de seguridad a implementar. Con esta forma de divulgación de información gráfica se buscará representar contenidos de manera sencilla, que potencia la comunicación visual eficaz.

Utilizando un lenguaje claro y sencillo se logrará captar la atención de un buen grupo del personal interno, para que cuando sea pertinente ingresar al Edificio S1 de la ETS sean aplicables los protocolos al estar en áreas de trabajo y saber cómo actuar desde la entrada, permanencia en edificio, uso de áreas y limpieza y desinfección de estas.

## 2.9. Financiamiento

Para este proyecto se trabajarán propuestas digitales, por lo cual, para la ejecución se contará con el 100% del financiamiento por parte del estudiante, en caso estas propuestas se solicitarán en formato impreso, esta inversión la cubrirá la Escuela de Trabajo Social.

## 2.10. Presupuesto

Tabla 1

| Cantidad           | Detalle   | Costo Total | Financiamiento |
|--------------------|---|-------------|----------------|
| 2                  | Reproducción Plan de Cultura Organizacional formato digital   | Q25.00      | Estudiante     |
| 1                  | Diseño Manual de Cultura Organizacional formato digital       | Q800.00     | Estudiante     |
| 2                  | Reproducción Manual de Cultura Organizacional formato digital | Q70.00      | Estudiante     |
| 1                  | Diseño Manual de Infografías COVID-19 formato digital         | Q1,400.00   | Estudiante     |
| 2                  | Reproducción Manual de Infografías COVID-19 formato digital   | Q70.00      | Estudiante     |
| Total del proyecto |   | Q2,365.00   |                |

Fuente: Elaboración propia

## 2.11. Beneficiarios

En la puesta en marcha de la estrategia de comunicación, se encontrará un beneficiario directo.

Este beneficiario es el personal de servicio, docente y administrativo de la Escuela de Trabajo Social, fortaleciendo y mejorando la comunicación en el establecimiento. Las técnicas de comunicación a utilizar estarán orientadas para que se complemente la calidad profesional del personal de esa institución.

## **2.12. Recursos Humanos**

Para llevar a cabo este proyecto se tuvo la aprobación, asesoría y apoyo de:

Máster Marco Rosales.

Pamella Baiza.

Doctor José María Torres Carrera.

Máster Evelin Hernández.

Licenciado Luis Fernando Lucero.

Máster Evelin Morazán.

## **2.13. Áreas Geográficas de Acción**

El proyecto de Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación se realizó en la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Edificio S1 Campus Central zona 12, Ciudad de Guatemala.

## 2.14. Cuadro Comparativo de la Estrategia

Tabla 2

| Cuadro Comparativo de la Estrategia |  |                                   |   |   |   |                                       |
|-------------------------------------|--|-----------------------------------|---|---|---|---------------------------------------|
| Actividad o Producto Comunicacional | Objetivo específico  | Presupuesto                       | Recurso humano                                  | Área geográfica de impacto  | Beneficiarios   | Fecha de ejecución                    |
| Plan de cultura organizacional      | Utilizar los elementos que constituyen el sistema de la Escuela de Trabajo social para generar una identidad y fomentación de valores. | 2 / CDS                           | Elaboración de propuesta, epesista Pamela Baiza | Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala, edificio S1 Campus Central zona 12, Ciudad de Guatemala | Personal de servicio, docente y administrativo de la Escuela de Trabajo Social. | Última semana de septiembre del 2,020 |
|                                     |  | 2 / Carátula CD                   | Asesoría supervisora, Master Evelin Hernández   |   |   |                                       |
|                                     |  | 2 / Grabación con información     | Asesoría, Licenciado Marco Rosales              |   |   |                                       |
|                                     |  |                                   | <b>Q70.00</b>                                   |   |   |                                       |
| Manual de cultura organizacional    | Realizar una guía gráfica con información que permita generar una identidad y fomentación de valores.                                  | Diseño y maquetación              | Elaboración de propuesta, epesista Pamela Baiza | Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala, edificio S1 Campus Central zona 12, Ciudad de Guatemala | Personal de servicio, docente y administrativo de la Escuela de Trabajo Social. | Última semana de septiembre del 2,020 |
|                                     |  | Diseño de portada y contraportada | Asesoría supervisora, Master Evelin Hernández   |   |   |                                       |
|                                     |  | 10 / Diagramación de página       | Asesoría, Licenciado Marco Rosales              |   |   |                                       |
|                                     |  | Arte final                        | Diseño de manual, agencia                       |   |   |                                       |
|                                     |  | <b>Q725.00</b>                    |   |   |   |                                       |
| Manual de Infografías COVID-19      | Elaborar una guía gráfica con ilustraciones de acciones que apoye a la institución ante la crisis actual de COVID-19.                  | Diseño y maquetación              | Elaboración de propuesta, epesista Pamela Baiza | Escuela de Trabajo Social de la Universidad de San Carlos de Guatemala, edificio S1 Campus Central zona 12, Ciudad de Guatemala | Personal de servicio, docente y administrativo de la Escuela de Trabajo Social. | Quincena de septiembre del 2,020      |
|                                     |  | Diseño de portada y contraportada | Asesoría supervisora, Master Evelin Hernández   |   |   |                                       |
|                                     |  | 8 / Diagramación de página        | Asesoría, Licenciado Marco Rosales              |   |   |                                       |
|                                     |  | Arte final                        | Diseño de manual, agencia                       |   |   |                                       |
|                                     |  | <b>Q625.00</b>                    |   |   |   |                                       |

Fuente: Elaboración propia

## Capítulo 3

### Ejecución de la Estrategia

#### 3. Informe de la ejecución

##### 3.1. Ejecución 1

###### Plan de cultura organizacional

Plan de cultura organizacional para el personal interno de la Escuela de Trabajo Social.

###### Objetivo de la actividad

Fomentar las actividades que desarrollen la cultura organizacional en el lugar.

###### Medio utilizado

Digital, correo institucional

###### Área geográfica de impacto

Escuela de Trabajo Social, Edificio S-1 Campus Central de la Universidad de San Carlos de Guatemala, situada en la zona 12 de la capital.

Tabla 3  
Presupuesto

| Descripción                   | Precio        |
|-------------------------------|---------------|
| 1 / CDS                       | Q5.00         |
| 1/ Caratula CD                | Q15.00        |
| 1 / Grabación con información | Q5.00         |
|                               | <b>Q25.00</b> |

Fuente: Elaboración propia

### **Comprobación del material**

Este producto está en proceso de ejecución y diseño, con la guía del Máster Marco Rosales de la Unidad de Relaciones Públicas y Extensión Social, de la institución.

Imagen 2



## **Plan de Cultura Organizacional para la Escuela de Trabajo Social**

Guatemala, septiembre 2020



Fuente: Elaboración propia

### 3.2. Ejecución 2

#### Manual de cultura organizacional

Este va de la mano con el plan de cultura organizacional, el contenido de este es informativo.

#### Objetivo de la actividad

Informar al personal de la institución sobre qué es la cultura organizacional y contendrá elementos claves como la misión, visión, objetivos, valores y generalidades para la efectividad del plan.

#### Medio utilizado

Digital, correo institucional.

#### Área geográfica de impacto

Escuela de Trabajo Social, Edificio S-1 campus central de la Universidad de San Carlos de Guatemala, situada en la zona 12 de la capital.

Tabla 4  
Presupuesto

| Descripción                       | Precio         |
|-----------------------------------|----------------|
| Diseño y maquetación              | Q287.50        |
| Diseño de portada y contraportada | Q150.00        |
| 8 / Diagramación de pagina        | Q287.50        |
| Arte final                        | Q75.00         |
|                                   | <b>Q800.00</b> |

Fuente: Elaboración propia

### **Comprobación del material**

Este producto está en proceso de ejecución y diseño, con la guía del Máster Marco Rosales de la Unidad de Relaciones Públicas y Extensión Social de la institución.

Imagen 3



Fuente: Elaboración propia

### 3.3. Ejecución 3

#### Manual de infografías COVID-19

Documento fundamental que ayudará a transmitir grandes cantidades de instrucciones por medio de ilustraciones o símbolos.

#### Objetivo de la actividad

Utilizar un lenguaje claro y sencillo para lograr y captar la atención de un buen grupo del personal interno, para que cuando sea pertinente ingresar en el Edificio S1 de la ETS, aplicar los protocolos en las áreas de trabajo.

#### Medio utilizado

Digital, correo institucional.

#### Área geográfica de impacto

Escuela de Trabajo Social, Edificio S-1 campus central de la Universidad de San Carlos de Guatemala, situada en la zona 12 de la capital.

Tabla 5  
Presupuesto

| Descripción                       | Precio           |
|-----------------------------------|------------------|
| Diseño y maquetación              | Q200.00          |
| Diseño de portada y contraportada | Q150.00          |
| 20 / Diagramación de pagina       | Q975.00          |
| Arte final                        | Q75.00           |
|                                   | <b>Q1,400.00</b> |

Fuente: Elaboración propia

## Comprobación del material

Este producto está aprobado, en proceso de diseño.

Imagen 4



Fuente: Elaboración propia

Imagen 5



Fuente: Elaboración propia



### **3.5. Conclusiones**

1. Pese a que en la Escuela de Trabajo Social no se fomenta ni se desarrolla el trabajo en equipo, se creó una mejora en la relación comunicacional entre el personal, derivado de las estrategias propuestas en este proyecto.
2. Con la puesta en marcha del plan de cultura organizacional la Escuela de Trabajo Social, debe mejorar el desarrollo de las funciones de sus colaboradores.
3. Con el diseño y ejecución parcial de las estrategias del plan de cultura organizacional en la unidad académica, se está haciendo que el personal cuente con el apoyo que necesitaba para sentirse informado y motivado. Lo cual ayuda para alcanzar los objetivos internos de la misma institución.
4. Por medio del Manual de Infografías, el personal de la institución está informado sobre protocolos, los cuales se manejarán cuando estén presencialmente en el edificio o bien si se llega eventualmente, con ello se genera confianza en los trabajadores y un ambiente tranquilo.
5. Se buscaron elementos comunicacionales que permitieron que los colaboradores estén actualizados y conozcan claramente cuáles son sus funciones.
6. Con las propuestas de actividades a realizar en la institución se orienta, motiva e integra al personal interno de una forma adecuada, bajo los elementos y valores institucionales, para un funcionamiento efectivo de cultura organizacional.

### **3.6. Recomendaciones**

1. La comunicación y la cultura organizacional deben ser evaluadas periódicamente al igual que las actividades propuestas, para abarcar espacios de mejoras entre el personal interno.
2. Coordinar actividades en la institución, orientadas a incrementar la participación y toma de decisiones de los colaboradores bajo una perspectiva que forme una actitud positiva.
3. Fomentar el uso del manual de infografías de COVID-19, para que el personal esté enterado de la importancia del cuidado de su salud y los protocolos de protección en su lugar de trabajo, ante la crisis sanitaria generada por el COVID-19.
4. Los impresos deben colocarse en lugares estratégicos, en la Escuela de Trabajo Social y las infografías, tener un tamaño visiblemente aceptable para que la información sea directa al personal y reducir la propagación del virus en el lugar de trabajo.
5. Es fundamental incentivar constantemente a los trabajadores, creando espacios de tiempo, en los cuales puedan compartir sus experiencias, se sientan escuchados y puedan expresarse libremente.
6. Promover el entusiasmo en el desarrollo de las actividades laborales del personal, para lograr mejores resultados por medio de la planificación e implementación de actividades dirigidas a reconocer el esfuerzo y la dedicación del personal en la obtención de los objetivos deseados por la institución.

#### **iv. Referencias**

Arellano, Enrique. (2008). *La estrategia de comunicación orientada al desarrollo de la cultura organizacional*. Estado de México México: Razón y Palabra.

Arias Galicia, F. (1978). *Introducción a la técnica de investigación en ciencias de la administración y del comportamiento*. México: Trillas.

Astuverua, F. (2000). *Metodología de la investigación*. Buenos Aires: Kapeluzs.

Ballenato, Guillermo. (2006). *Comunicación Eficaz, Teoría y práctica de la Comunicación Humana*. España. Pirámide.

Berlo, David K. (1984). *El proceso de la comunicación: introducción a la teoría y a la práctica*. México: El Ateneo.

Chamalé, Amarilis. (2011). *Estrategia de Comunicación para promocionar y divulgar los medios de comunicación, radio y prensa de la Escuela de Trabajo Social, de la Universidad de San Carlos de Guatemala*. Tesis de licenciatura. Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala.

Gonzales, M. (1997). *La comunicación Efectiva*. México: ISEF.

Hernández, Carlos. (1991). *La comunicación en la organizaciones*. México: Trillas.

Interiano, C. (1995). *Semiología y Comunicación*. Guatemala: Estudiantil Fénix. Cuarta edición.

Maldonado, H. (1998). *Manual de Comunicación Oral*. México: Adisson Wesley Longman.

Marc, E. & Picard, D. (1992). *Interacción social. Cultura, instituciones y comunicación*. Barcelona: Pairas.

Murcia, Jorge. (2001). *El camino del saber, elementos teóricos. Metodología básica del proceso investigativo*. Bogotá: USTA.

Naghi, Mohmmad. (2000). *Metodología de la investigación*. México: Limusa.

Prieto, Daniel. (1980). *Elementos para el análisis de mensajes*. México: ILCE.

Ritter, M. (2008). *Cultura Organizacional*. Buenos Aires. La crujía.

Tamayo y Tamayo, Mario. (2003). *El proceso de la investigación científica Fundamentos de investigación*. Bogotá: Limusa.

Weil, Pascale. (1992). *La Comunicación Global, Comunicación Institucional y de Gestión*. Barcelona, España: Paidós Ibérica.

## v. E grafías

Álvarez, José. (2007). *Comunicación interna, la estrategia del éxito. Razón y palabra*. Sevilla, España. Recuperado <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n56/jalvarez.html>

Báez, Carlos. (2000). *La Comunicación Efectiva*. Santo Domingo, R. D.: BÚHO. Recuperado [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=dKetaOIuV\\_sC&oi=fnd&pg=PR15&dq=la+comunicacion+que+es&ots=75yTYeYhB5&sig=ttuPYTO3DAbL2TIIZADO7xkmv1I#v=onepage&q=la%20comunicacion%20que%20es&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=dKetaOIuV_sC&oi=fnd&pg=PR15&dq=la+comunicacion+que+es&ots=75yTYeYhB5&sig=ttuPYTO3DAbL2TIIZADO7xkmv1I#v=onepage&q=la%20comunicacion%20que%20es&f=false)

Capriotti, Paul. (1999). *Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa*. Málaga, España: IIRP. Recuperado de [http://www.bidireccional.net/Blog/PEIC\\_4ed.pdf](http://www.bidireccional.net/Blog/PEIC_4ed.pdf)

Hernández, Roberto. (2008). *Metodología de la investigación*. Mexico: Mc Graw Hill Education. Recuperado de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Lorenzano, Edson. (2020). *USAC se suma al plan de prevención contra el coronavirus*. 2020, 20 abril, de Soy Usac Recuperado de <https://soy.usac.edu.gt/?p=11129>

Muñiz, Rafael. (2012). *Marketing hacia el Siglo XXI*. Recuperto de [www.marketing-xxi.com/Marketing-sigloxxi.html](http://www.marketing-xxi.com/Marketing-sigloxxi.html)

Wolton, Dominique. (2005). *Pensar la comunicación*. Buenos Aires: Prometeo Libros. Recuperado de [https://books.google.com.gt/books?id=bBVc9VvmLLoC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.gt/books?id=bBVc9VvmLLoC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

## vi. Anexos

### Guía de observación

Tabla 7

| Área                        | Observación  |
|-----------------------------|--|
| Red Social <i>Facebook</i>  | La interacción y reacción ante publicaciones es muy poca |
|                             | Publicaciones importantes                                |
|                             | Información actualizada                                  |
| Página <i>Web</i>           | Brinda información importante                            |
|                             | Información fácil de ubicar                              |
|                             | Visualmente agradable                                    |
|                             | Facilitación de información visual                       |
| Red Social <i>Instagram</i> | La misión y visión están presentes                       |
|                             | No existe una línea gráfica institucional                |
|                             | Publicaciones constantes e importantes                   |
|                             | No hay mucha interacción                                 |

Fuente: Elaboración propia

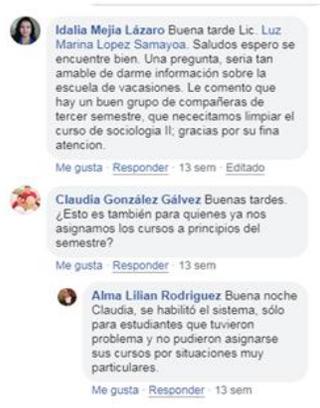
### Capturas de plataformas de la Escuela de Trabajo Social

Imagen 6



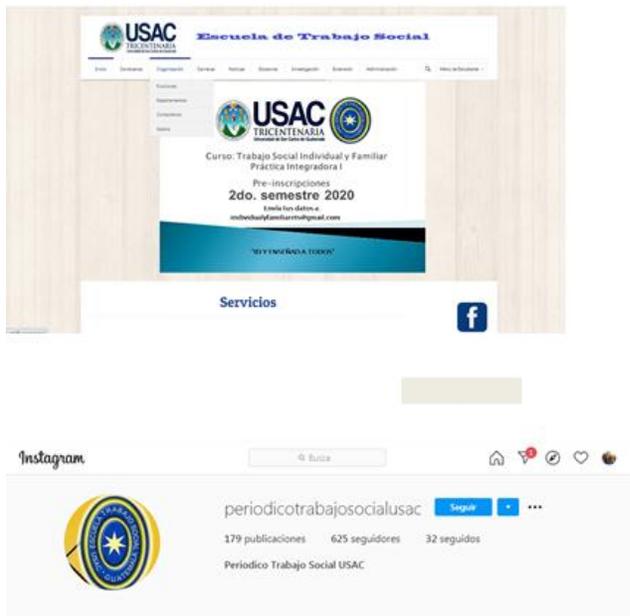
Fuente: Elaboración propia

Imagen 7



Fuente: Elaboración propia

Imagen 8



Fuente: Elaboración propia

## Transcripción completa de entrevista

Entrevistador: Pamella Baiza

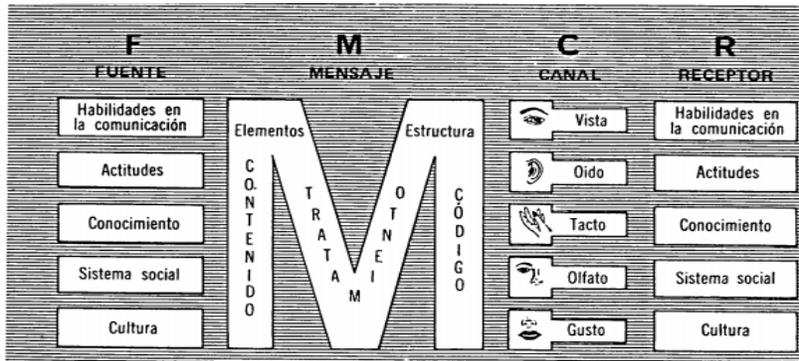
Entrevistado: Lic. Marco Antonio Rosales

Duración: 37 minutos

1. ¿Hace cuánto tiempo labora en la Unidad de Relaciones públicas?
2. Respecto al ambiente laboral y recursos materiales, equipos, ¿cuenta con ello para poder realizar adecuadamente su trabajo?
3. ¿Se tiene área de Recursos Humanos en la Escuela?
4. ¿Se realiza algún tipo de planeación y organización que lo incluyan para mejoras en su trabajo?
5. ¿A través de qué medios le hacen llegar dicha información?
6. ¿Con qué frecuencia le informan sobre los eventos y actividades que se desarrollan en la escuela?
7. ¿Me podría mencionar los medios que se utilizan, con mayor frecuencia en la Escuela, como apoyo en los procesos comunicativos internos?
8. ¿Cómo determina la imagen institucional de la Escuela de Trabajo Social?
9. ¿Considera importante se fomente un ambiente agradable de trabajo dentro de la Escuela?
10. ¿Sabe si se realizan actividades específicas para fomentar un buen ambiente laboral en la Escuela?
11. ¿Ha participado en alguna de las actividades?
12. ¿Considera tener una buena relación interpersonal con los demás integrantes del departamento al que usted pertenece?
13. ¿Ha recibido algún tipo de reconocimiento por su buen trabajo en el último año?

## Modelo de los componentes de la comunicación

Imagen 9



Fuente: David K. Berlo.

## Imágenes de reuniones con supervisor de institución

Imagen 10

Las imágenes muestran capturas de pantalla de una presentación de software. La primera captura muestra el título "PROCESO metodológico" con un menú de navegación que incluye ANÁLISIS, INVESTIGACIÓN, PLANEACIÓN, DISEÑO Y PRODUCCIÓN, EJECUCIÓN y EVALUACIÓN. El contenido principal describe la fase de análisis y presenta una tabla de análisis FODA.

| Institucional   | Organizacional   | Dircom  | Relaciones públicas  | Mercadotecnia  | Social                             |
|---|--|---|--|--|------------------------------------|
| Diagnóstico de imagen y reputación. Revisión de la carta de identidad (misión, visión, valores) | Inventario de medios y procesos. Revisión de la carta de identidad (misión, visión, valores) | Discurso, Datos duros sociodemográficos y económicos. | Análisis de desempeño frente a audiencias y públicos prioritarios. | Análisis de desempeño. Análisis de Prospectivas. Balance de los objetivos de negocio | Análisis de escenarios y entornos. |

Debajo de la tabla se menciona a Marco Rosales. La segunda captura muestra un calendario de "Fechas avanzadas" con los siguientes puntos:

- 3 julio: Entrega de propuestas
- 10 de julio
- 17 julio
- 24 julio
- 31 julio

La tercera captura muestra una diapositiva de la "Escuela de Trabajo Social" de Marco Antonio Rosales, Coordinador Unidad de Relaciones Públicas.

Fuente: Elaboración propia

# Videoconferencias de apoyo

Imagen 11

The screenshot displays a mobile application interface. On the left, a flowchart titled "Técnicas e instrumentos" (Techniques and instruments) details various research methods:
 

- Entrevista** (Interview) involves a "diálogo intencionado" (intentional dialogue) to "conseguir información" (obtain information) about a "tema o problema" (topic or problem) in "oral" form, using a "guion y protocolo" (script and protocol).
- Observación** (Observation) involves a "descripción de acontecimientos" (description of events) by an "investigador" (investigator) who has "presencia" (presence) at the "objeto de estudio" (object of study), with a "registro en diario de campo" (recording in field diary).
- Grupo focal** (Focus group) involves "conversación grupal" (group conversation) to "reconocer" (recognize) "distintos actores" (different actors) in a "situación" (situation), identifying "lo común" (the common) and "lo divergente" (the divergent) through a "guion y protocolo" (script and protocol).
- Encuesta** (Survey) involves a "cuestionario" (questionnaire) with "preguntas" (questions) that are "ceradas y estandarizadas" (closed and standardized), tracing "tendencias" (trends) in "comportamiento" (behavior) and "relación variables" (variable relationships). It includes "criterios de validez" (validity criteria) and "confiabilidad" (reliability).

On the right, a registration form titled "ECC-USAC 7-7-20" includes:
 

- A red asterisk indicating a mandatory field: "\*Obligatorio".
- A field for "Dirección de correo electrónico" (Email address) with the value "pamellaibaiza@gmail.com".
- A field for "Nombre del alumno (a)" (Student name) with the value "Pamella Baiza".
- A field for "No. Carné" (ID number) with the value "201022574".
- An "Enviar" (Send) button.

The screenshot shows a mobile application slide with the title "¿Cómo comunicar en tiempos de crisis?" (How to communicate in times of crisis?). The slide content includes:
 

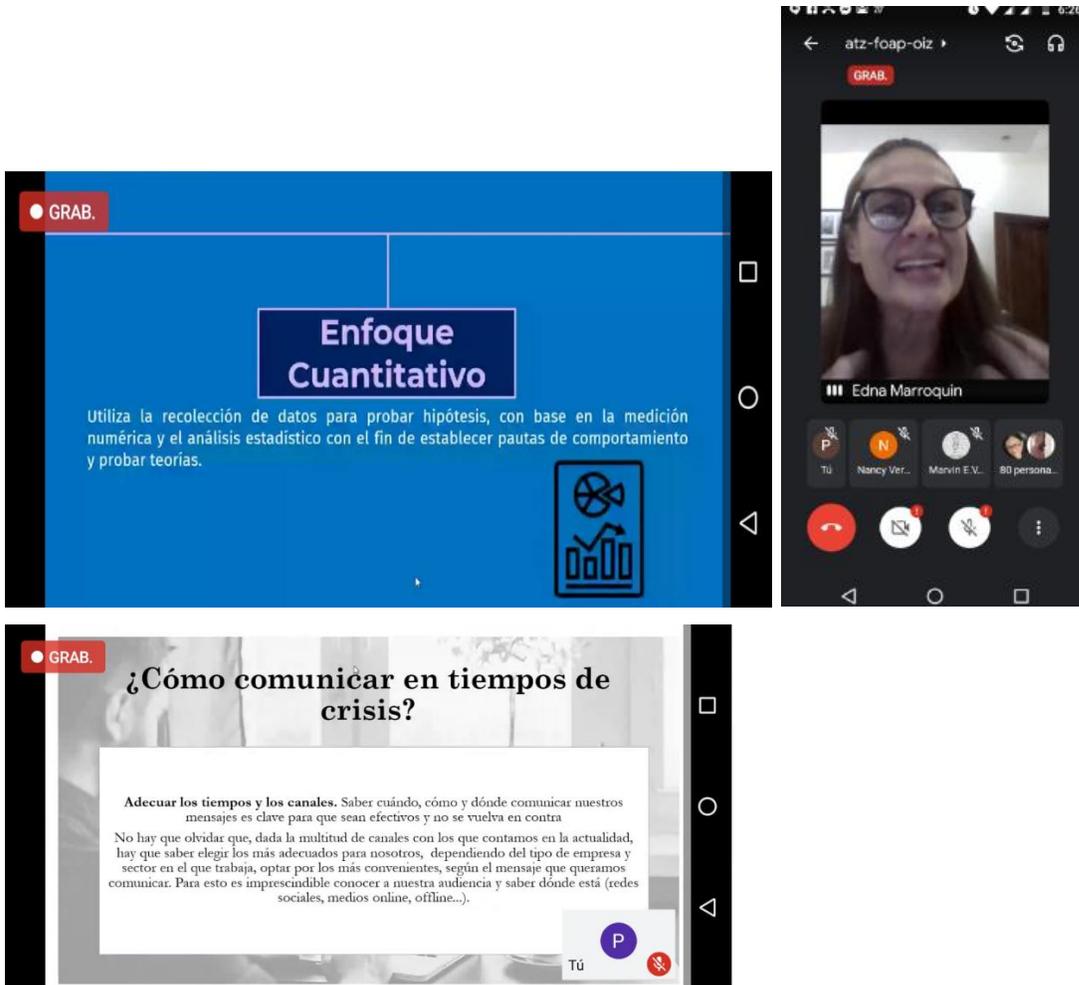
- Adecuar los tiempos y los canales.** Saber cuándo, cómo y dónde comunicar nuestros mensajes es clave para que sean efectivos y no se vuelva en contra.
- No hay que olvidar que, dada la multitud de canales con los que contamos en la actualidad, hay que saber elegir los más adecuados para nosotros, dependiendo del tipo de empresa y sector en el que trabaja, optar por los más convenientes, según el mensaje que queramos comunicar. Para esto es imprescindible conocer a nuestra audiencia y saber dónde está (redes sociales, medios online, offline...).

The screenshot shows a Google Form titled "EPS LICENCIATURA-20-08-2020-Conferencia MA. Jorge Roberto Morales". The form status is "Se ha registrado tu respuesta." (Your response has been recorded). There is a link for "Enviar otra respuesta" (Send another response). At the bottom, it states "Este formulario se creó en Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación. [Notificar uso inadecuado](#)" and the "Google Formularios" logo.

Fuente: Elaboración propia

## Imagen 12

### Videoconferencias de apoyo



Fuente: Elaboración propia



Escuela de Trabajo Social

Infografía de protocolos, para la actividad presencial en la Escuela de Trabajo Social

### Contexto de la Organización

**Misión:**  
La Escuela de Trabajo Social es una unidad académica rectora en la formación de profesionales de Trabajo Social, que se proyecta a la población guatemalteca, incidiendo en la construcción de una sociedad democrática, incluyente y equitativa.

**Visión:**  
La Escuela de Trabajo Social es una unidad académica rectora en la formación de profesionales de Trabajo Social, que se proyecta a la población guatemalteca, incidiendo en la construcción de una sociedad democrática, incluyente y equitativa.

**Valores:**  
Los valores de la Escuela de Trabajo Social permiten formar profesionales a través de:

- Respeto
- Equidad
- Responsabilidad
- Verdad
- Libertad
- Solidaridad



Escuela de Trabajo Social

### Contactos

---

+ 502 2418 8850 - 58  
+ 502 2418 8000 extensión 85450

✉ [www.trabajosocial@usac.edu.gt](mailto:www.trabajosocial@usac.edu.gt)

f Periódico Trabajo Social USAC  
@ Periódico Trabajo Social USAC

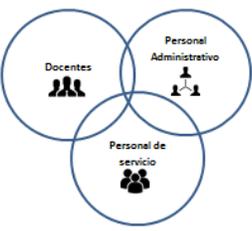
**Objetivo General**  
Diseñar un plan de cultura organizacional para el fortalecimiento de la Escuela de Trabajo Social.

**Objetivos específicos**

- Crear estrategias comunicacionales que permitan reforzar la comunicación y la cultura organizacional.
- Proponer estrategias que fomenten una cultura organizacional en base a los valores de la institución.

**Mapa de Públicos**  
Una buena identificación del público objetivo permitirá enfocar y personalizar contenidos, mayor interacción y utilizar los canales adecuados.

Gestión humana para promover la cultura



Se hizo este plan de cultura para que se adapte a los recursos ya existentes. Presupuesto, materiales, personas, recursos que se tomaron en cuenta para posteriormente valorar el tiempo y esfuerzo que se alcance destinar a las acciones de comunicación.

**Estrategias y acciones de Comunicación**

| No. | Actividad   | Lenguaje                      | Canal                |
|-----|---|-------------------------------|----------------------|
| 1   | Inducción al personal de nuevo ingreso                                      | Información                   | Evento, presentación |
| 2   | Reconocimiento al personal interno, por su labor en la institución          | Visual                        | Objeto tangible      |
| 3   | Encuentros entre docentes y directora para mejorar el campo de la enseñanza | Intercambio de información    | Reunión              |
| 4   | Saludo a cumpleaños   | Escrito                       | Electrónico          |
| 5   | Publicaciones de actividades e información académica                        | Boletín escrito               | Digital              |
| 6   | Reuniones de integración  | Señales informáticas          | Internet, virtual    |
| 7   | Espacios recreacionales   | Fotografía, escrito, etcétera | Internet, virtual    |
| 8   | Fomentación de la identidad   | Visual                        | Comunicación digital |

Fuente: Elaboración propia



Ciudad de Guatemala, 11 de agosto de 2020.

| COTIZACIÓN |              |
|------------|--------------|
| Número:    | DIG - 20-03  |
| Cliente:   | Pamela Baiza |
| Teléfono:  | 4253 - 2126  |

| Cantidad          | Descripción                                       | Precio unitario | Total   |
|-------------------|---|-----------------|---------|
| 1                 | Diseño y maquetación de revista.                  | Q200.00         | Q200.00 |
| 1                 | Diseño de portada y contraportada.                | Q150.00         | Q150.00 |
| 18                | Diagramación de página.                           | Q25.00          | Q450.00 |
| 0                 | Levantado de texto por página (cliente).          | Q15.00          | Q0.00   |
| 0                 | Fotografía o ilustración (cliente).               | Q10.00          | Q0.00   |
| 0                 | Edición, retoque y recorte fotográfico (cliente). | Q5.00           | Q0.00   |
| 1                 | Arte final.                                       | Q75.00          | Q75.00  |
| <b>SUBTOTAL:</b>  |   |                 | Q875.00 |
| <b>IMPUESTOS:</b> |   |                 | Q43.75  |
| <b>TOTAL:</b>     |   |                 | Q918.75 |

| PROVEEDOR             |   | CONDICIONES DE ENTREGA Y DE PAGO |   |
|-----------------------|---|----------------------------------|---|
| Razón social:         | Agencia de Publicidad Everest   | Lugar:                           | E-mail: pamellabaiza@gmail.com<br>(Link de descarga). |
| Nit.                  | 5520008-7   |                                  |   |
| Dirección:            | Amatitlán, Guatemala  | Fecha:                           | A convenir.   |
| Teléfono:             | (502) 4231 - 8047   |                                  |   |
| E-mail:               | everestgtca@gmail.com   |                                  |   |
| Diseñador:            | Rony Adolfo García  |                                  |   |
| <b>OBSERVACIONES:</b> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Con derecho a 3 revisiones y conjunto de cambios completos.</li> <li>2. Los cambios y artes adicionales tienen un costo extra.</li> <li>3. Los materiales a utilizar son responsabilidad del cliente.</li> <li>4. Everest no se hace responsable por material entregados por cliente en baja calidad.</li> <li>5. Órdenes de trabajo deben enviarse con 10 días de anticipación.</li> <li>6. Esta cotización tiene vigencia de 20 días.</li> <li>7. Entrega se hace en tres versiones: digital en color RGB, arte final de impresión en color CMYK (especificaciones técnicas de imprenta) y archivo editable, a través de un link de descarga.</li> <li>8. Pago del 40% del valor total al aprobarse el diseño y maquetación de revista.</li> <li>9. Si confirman en los próximos 10 días a partir de la fecha de esta cotización, obtienen un descuento del 50% en el diseño y maquetación de revista y el diseño de portada y contraportada o 20% de descuento sobre el precio total.</li> </ol> |                                  |   |

Fuente: Agencia de publicidad Everest



**EDY SALVADOR**  
Change never stops

Cotización No.

**0371**

### Información personal

**Nombre:** Pamela Baiza  
**Dirección:** Guatemala  
**Teléfono:** (+502) 4253-2126  
**Correo:** pamellabaiza@gmail.com  
**Contacto:** \_\_\_\_\_  
**Fecha de entrega:** julio/agosto

**Fecha actual:** 17 de julio de 2020

#### Tipo de trabajo:

- |   |                                   |
|---|-----------------------------------|
| <input type="radio"/> Fotografía                | <input type="radio"/> Creatividad |
| <input checked="" type="radio"/> Publicidad     | <input type="radio"/> Video       |
| <input checked="" type="radio"/> Diseño Gráfico | <input type="radio"/> Otros       |

### Descripción del servicio

#### DISEÑO DE MANUALES INFORMATIVOS

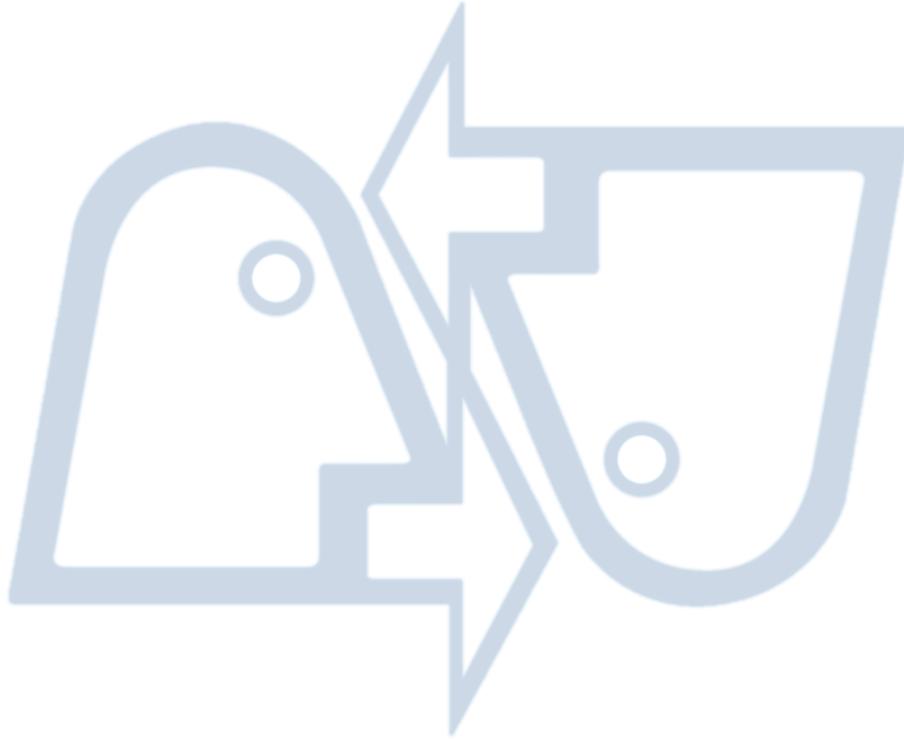
- Diseño del manual en formato digital
- 12 páginas por manual
- Creación de portada y páginas interiores
- Diagramación de textos e imágenes
- Creación de infografías si fuera necesario
- Arte (RGB) para difusión en medios digitales
- Entrega de arte final en PDF (no se entregan editables)
- Entrega en 10 días luego de aprobado el presupuesto

**Q. 1200<sup>00</sup>**  
C/U

#### NOTA:

Los precios pueden variar según las necesidades del cliente, los recursos y el tiempo que el diseñador emplee en la realización del manual. No se entregarán editables (.ai / .eps / .psd), si el cliente necesita un archivo en editable tendrá que llegar a un acuerdo y pago extra con el diseñador.

Fuente: Edy Salvador



**Comunicación**  
*creando futuro*