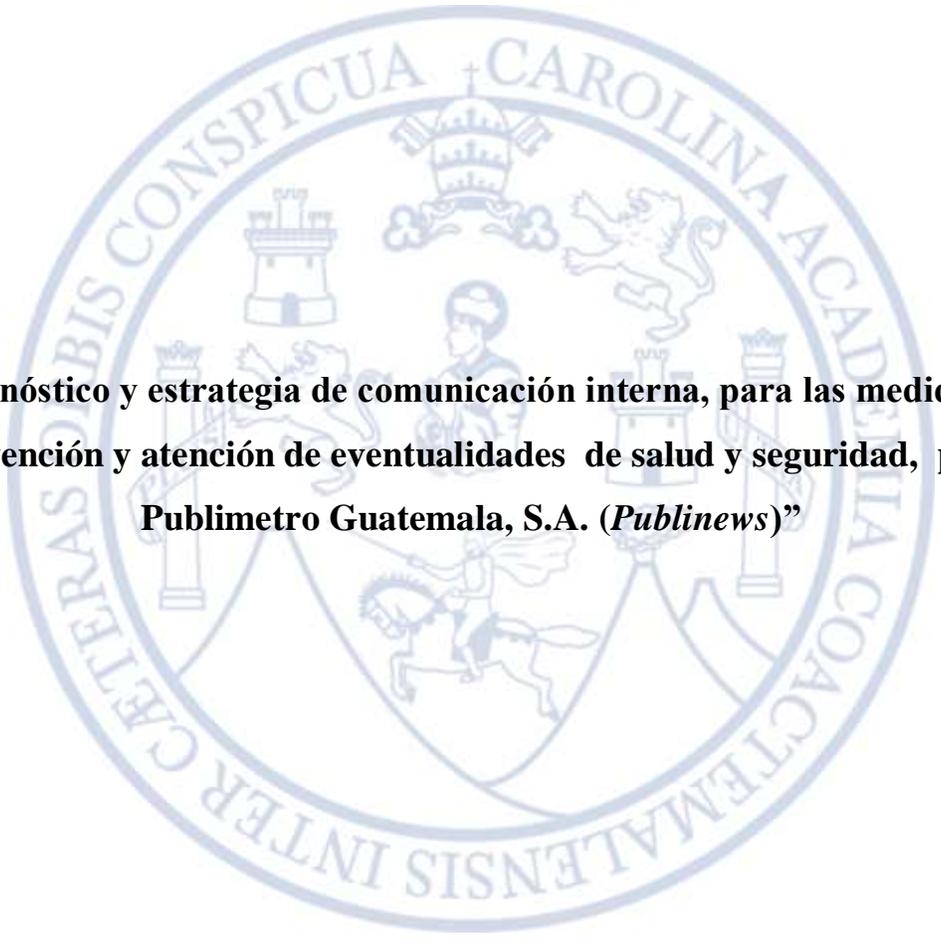


**Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura**

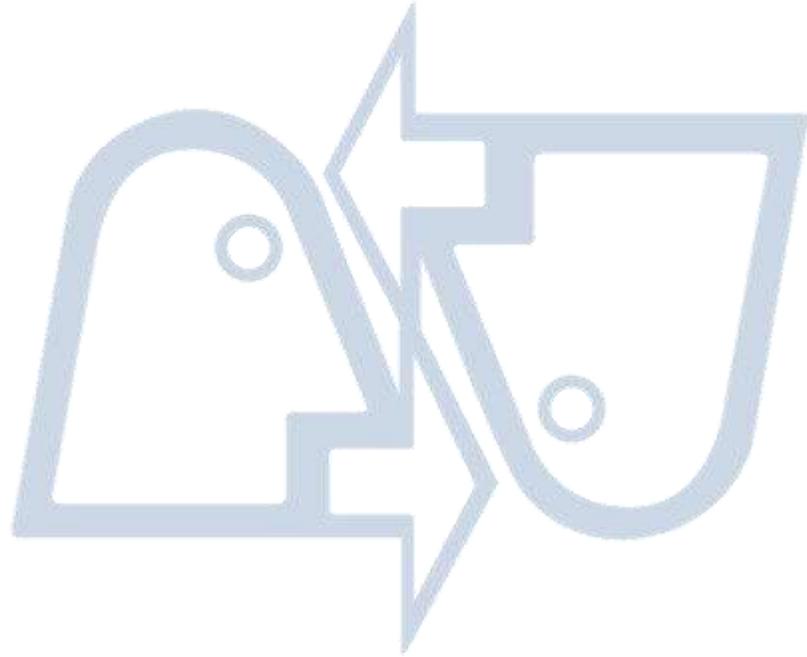


**“Diagnóstico y estrategia de comunicación interna, para las medidas de
prevención y atención de eventualidades de salud y seguridad, para
Publmetro Guatemala, S.A. (*Publinews*)”**

Isel Haydeé Hernández Mateo

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, octubre2020



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 interna, para las medidas de prevención y atención de eventualidades de salud y seguridad, para Publimetro Guatemala, S.A. (*Publinews*)”

Isel Haydeé Hernández Mateo

Previo a optar el título de:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesora
Máster Evelin Hernández

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 16 de 2020

Estudiante Epesista de Licenciatura
Isel Haydeé Hernández Mateo
Carné no. 200416220
Presente.

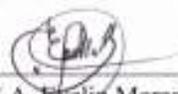
Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Luego de evaluado su trabajo académico impreso y de manera virtual titulado: **"Diagnóstico y estrategia de comunicación interna, para las medidas de prevención y atención de eventualidades de salud y seguridad, para Publimetro Guatemala, S.A. (Publinews)"**. 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. 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"


M.A. Evelin Hernández
Supervisora


M.A. Evelin Morazán
Supervisora


Dr. José María Torres Carrera
Coordinador





Guatemala 21 de mayo del 2020
EPSL-C146-2020

Licenciado:
Rodolfo Jiménez
Gerente General
Publmetro Guatemala, S.A.
Presente.

Distinguido Licenciado Jiménez:

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 **Isel Haydée Hernández Mateo**, carné no. **200416220** quien manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada en su institución. Por disposiciones superiores en la Universidad de San Carlos de Guatemala, 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 la 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,



"D Y ENSEÑAR A TODOS"

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
(502) 2418-8920



Guatemala, 30 de julio de 2020

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

Estimado Doctor Torres:

Reciba un cordial saludo de la empresa **Publmetro Guatemala, S. A., (PublineWS)**, entidad que forma parte del **Grupo Emisoras Unidas**.

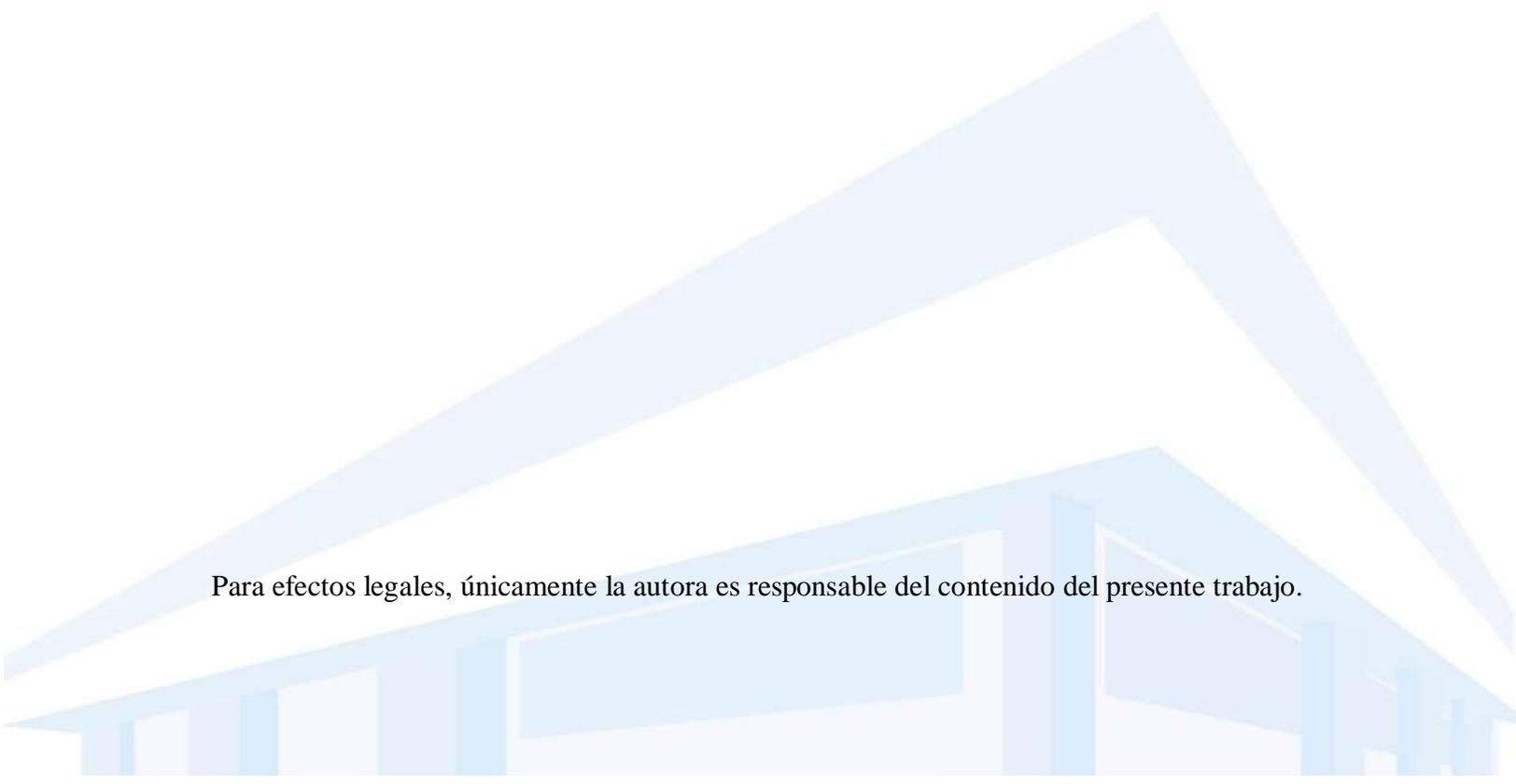
Por medio de la presente me permito informarle que a la estudiante **Isel Haydee Hernández Mateo**, quien se identifica con número de carné 200416220, le han sido aceptada las prácticas por la empresa PublineWS para que realice su Ejercicio Profesional Supervisado -EPS-.

La estudiante Hernández, contará con los materiales suficientes para realizar su práctica y así presentar un diagnóstico, culminando con la implementación de un plan estratégico el cual ayudará al proceso de la comunicación interna o externa de la empresa.

Atentamente



Licda. Patricia Centeno
Generalista de Recursos Humanos



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

DEDICATORIA

A DIOS

Porque tu presencia siempre me acompaña y me hace sentir la mujer más afortunada del mundo. Gracias por cuidar de mí e iluminarme en cada momento de la vida. Gracias Padre y Creador del universo.

A MIS PADRES

Arnulfo y Sonia, por su amor y apoyo incondicional. A mi padre por sus incontables esfuerzos y a mi madre por creer en mí y consentirme. Los amo.

A MIS HERMANOS

Edgar, Vanly, Wilder, Melissa. **A mis sobrinos y sobrinas, cuñadas y cuñados,** por su cariño y apoyo incondicional.

A MIS ABUELITAS

Francisca y Clementina por iluminarme con su sabiduría y enseñarme a superar cada obstáculo de la vida.

A MI FAMILIA

Mis tíos y tías, primos y primas, por su amor y apoyo incondicional.

A MIS AMIGAS Y AMIGOS

Gracias por su amistad en todo momento. A mis compañeros de trabajo y aquellas personas que me apoyaron.

A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Por darme la oportunidad de prepararme profesionalmente a través de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

A PUBLINEWS

Por permitirme dar este paso como profesional y a sus autoridades por confiar en mí, para realizar este proyecto.

ÍNDICE

Introducción.....	i
Antecedentes.....	iii
Justificación.....	v

Capítulo 1

Diagnóstico de Comunicación.....	1
1. La Institución	1
1.2. Perfil Institucional	1
1.3. Ubicación Geográfica.....	2
1.4. Integración y Alianzas Estratégicas	2
1.5. Origen e Historia	3
1.6. Departamentos de la Institución.....	3
1.7. Organigrama de la Institución.....	4
1.8. Misión.....	5
1.9. Visión	5
1.10. Objetivos Institucionales	5
1.11. Público Objetivo	5
1.12. Diagnóstico	5
1.12.1. Objetivo General	6
1.12.2. Objetivo Específicos.....	7
1.13. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	9
1.13.1. Observación.....	10
1.13.2. Documentación.....	11
1.13.3. Entrevista	11
1.13.4. Encuestas.....	13
1.13.4.1. Formula aplicada	14
1.14. Interpretación de Resultados (Gráficas)	15
1.15. FODA	24
1.16. Problemas Detectados	26
1.17. Planteamiento del Problema Comunicacional	26
1.18. Indicadores de Éxito	27
1.19. Proyecto a Desarrollar	27

Capítulo 2

2. Plan Estratégico de Comunicación	28
2.1. Descripción Técnica del Plan Estratégico de la Comunicación	29
2.1.1. Mensajes Claves	29
2.2. Objetivos de la Estrategia	30
2.2.1. Objetivo General	30
2.2.2. Objetivos Específicos	30
2.3. Misión.....	31
2.4. Visión	31
2.5. Elementos Comunicacionales	31
2.6. Alcances y Limites de la Estrategia	45
2.7. Metodología para la Aplicación de la Estrategia Comunicacional	46
2.8. Actividades para la operatividad de la Estrategia	47
2.8.1. Curso básico gestión de riesgo	48
2.8.2. Señalética	49
2.8.3. Guía de acción.....	51
2.9. Cronograma	53
2.10. Financiamiento.....	53
2.11. Presupuesto	53
2.12. Beneficiarios	54
2.13. Recurso Humano	55
2.14. Áreas Geográficas de Acción	56
2.15. Cuadro Comparativo de la Estrategia	57

Capítulo 3

3. Informe de Ejecución	58
3.1. Curso básico gestión de riesgo.....	58
3.2. Señalética.....	61
3.3. Guía de acción.....	62
3.4. Programa y Calendarización.....	63
3.5. Conclusiones.....	64
3.6. Recomendaciones.....	65
i.v. Referencias.....	66
v. ANEXOS.....	69

i. Introducción

En el año 2019 se origina en Wuhan, China, uno de los virus más fuertes y mortales en el mundo, llamado Covid-19. La Organización Mundial de la Salud (OMS), monitorea y responde continuamente a este brote. Esta organización se encarga de actualizar todos los datos a medida que se conozca más información sobre el Covid-19, su modo de propagación y la forma en la que afecta a las personas a nivel mundial.

En marzo del 2020, Guatemala, anuncia por medio del Presidente Alejandro Giammattei el primer caso de Covid.19. Momento donde los protocolos se activan para enfrentar dicho brote.

Ante esta eventualidad y ante el acelerado brote de los casos en Guatemala, el siguiente estudio, tiene como finalidad, brindar al medio de comunicación *Publinews*, una estrategia de comunicación para dar a conocer las medidas de prevención y atención de eventualidades de salud y seguridad, que, establecida dicha estrategia, tiene como objetivo reducir los riesgos de accidentes laborales y proporcionar las condiciones adecuadas dentro de las instalaciones.

El capítulo uno del estudio, contiene los antecedentes de la formación de la empresa, el funcionamiento, la problemática, el segmento al cual está enfocado su cobertura y la descripción de su dirección interna y su estructura administrativa, misión, visión y objetivos.

Posteriormente, en el capítulo dos, contiene el diagnóstico, citada la metodología utilizada, se recurrió al enfoque mixto, para determinar la situación actual sobre las medidas de salud, seguridad y señalética dentro de las instalaciones. Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la observación, por medio de los instrumentos de la entrevista y la encuesta, lo cual permitió establecer la percepción y el conocimiento que tienen los empleados en relación a la prevención y el actuar al momento de una eventualidad.

En el tercer capítulo, se plantea la propuesta para las medidas de prevención y atención de eventualidades de salud y seguridad. Aquí se describen, los objetivos, las estrategias, las acciones, los requerimientos y las capacitaciones para el funcionamiento de las mismas.

Por último, se presentan las conclusiones, recomendaciones, las referencias bibliográficas y los anexos, que contienen información gráfica, y los instrumentos utilizados para la recolección de datos que sirvió de base al estudio.

ii. Antecedentes

La salud y la seguridad, tienen como objetivo la aplicación de medidas de prevención para el bienestar físico y mental de los trabajadores, así como el desarrollo de actividades necesarias para la prevención de riesgos derivados del trabajo.

Desde el año 1947, a través del Acuerdo Legislativo 3030, el gobierno del doctor Juan José Arévalo Bermejo se emitió el Código de Trabajo, donde se asentaron las bases para la protección de los trabajadores en su ámbito laboral y su relación con los patronos. En 1957 el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, emitió el primer reglamento de Salud y Seguridad Ocupacional, el cual rigió en todo el país hasta el año 2014, cuando se creó el segundo reglamento mediante el Acuerdo Gubernativo 229-2014 y sus reformas 33-2016, el cual se encuentra vigente.

El interés del diagnóstico y la estrategia de comunicación sobre las medidas de salud y seguridad para la empresa, es con la finalidad de presentar un plan de prevención.

En la tesis de Lemus (2011), de la Universidad de San Carlos de Guatemala, de la Facultad de Ciencias Económicas, titulada “programa de seguridad e higiene laboral aplicado en un establecimiento educativo privado” propone la implementación de la cultura de prevención de accidentes, con la ayuda de las acciones preventivas y correctivas.

Con referencia a la tesis de Aguilar (2008), de la Universidad de San Carlos de Guatemala, de la Facultad de Ciencias Económicas, titulada “normas de seguridad e higiene ocupacional en una fábrica de bolsas plásticas” indica, que las normas básicas de seguridad son un conjunto de medidas destinadas a proteger la salud de las personas, prevenir accidentes y enfermedades.

En el artículo proporcionado por Fajardo, “la seguridad industrial que importante es”, disponible en: <http://arlsura.com/index.php>. Indica sobre las obligaciones del patrón y los empleados, para un mutuo proceso de trabajo y hacer funcional el procedimiento de dentro de la empresa. Como

primer paso el patrono es el encargado de observar las condiciones de las instalaciones donde ubicará a sus empleados y adoptar medidas adecuadas para prevenir accidentes.

Según Joan Costa, “la señalética estudia las relaciones entre los signos de orientación en el espacio y el comportamiento de los individuos. Responde a la necesidad de orientación de la movilidad social y los servicios públicos y privados. Se aplica al servicio de los individuos, a su orientación en un espacio a un lugar determinado, para la mejor y la más rápida accesibilidad a los servicios requeridos y para una mayor seguridad en los desplazamientos y las acciones”. (Costa, 1987, p. 112).

En el proyecto de investigación de Viñán (2010), de la Universidad Católica del Ecuador, Sede Santo Domingo, titulado, “diseño del Sistema Señalética e Infografía Virtual para la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Santo Domingo”. Se propone un sistema señalética, con el objetivo de cumplir con la deficiencia actual sobre la movilidad de las personas dentro de la institución.

Con referencia a la tesis de Ocampo, (2018), de la Universidad de San Carlos de Guatemala, titulada, “diseño de sistema de señalética para resolver necesidades informativas y de orientación del grupo objetivo que asiste a la Escuela Nacional de artes plásticas de Guatemala”. Indica, que un sistema de señalética tiene como objetivo principal guiar u orientar al grupo objetivo que asista a cierto establecimiento. Agrega que el sistema debe ser comprensible y para lograr que el mensaje sea claro se apoya de la tipografía, el color y el estilo.

Orientar, informar y capacitar a los empleados para evitar accidentes es un objetivo fundamental en toda empresa, para la efectividad completa se necesita del compromiso del empleado para efectuar su trabajo de un modo seguro y en cierto momento la práctica de sus conocimientos ante una emergencia, cuando esta sea necesaria.

iii. Justificación

A partir del Decreto Gubernativo 5-2020, publicado en el Diario de Centro América, el 6 de marzo de 2020, que declara estado de Calamidad Pública, en todo el territorio nacional como consecuencia de la pandemia del Covid-19. El Presidente Alejandro Giammatei, en dicho Decreto, hizo de conocimiento nacional, la propagación del virus Covid-19, y el riesgo que representa para los habitantes de la República de Guatemala.

Por consecuencia y en disposición del Código de Salud, es necesario que todas las instituciones y pueblo en general, cooperen conforme a los reglamentos internacionales y nacionales en las medidas preventivas, para evitar su propagación y con ello mitigar el impacto del virus.

Actualmente, tanto el país como las empresas, no cuentan con protocolos eficientes para enfrentar el inesperado virus del Covid.19. Por lo que fue necesario implementar estrategias para reducir la propagación de dicho virus. Dedicar un porcentaje a la prevención de riesgos de salud o accidentes laborales, es una de las mejores opciones que las empresas deberían optar, ya que el costo de la recuperación de un empleado es más alta que la prevención de la misma.

El presente estudio, plantea un diagnóstico y una estrategia de comunicación interna para el medio de comunicación *Publinews*, para contribuir con la divulgación de las medidas de prevención de salud y seguridad, ante la situación del Covid-19 y un sistema de señalética que orientará al personal de la empresa a reaccionar ante cualquier eventualidad. Con dicha estrategia se desea mejorar el tema de salud y seguridad dentro de las instalaciones.

Los beneficiarios del presente del proyecto se priorizan en el personal administrativo del medio de comunicación *Publinews*, zona 14 y otras empresas que se ubican dentro de las instalaciones, que ascienden a un total de 105 personas. Los beneficiarios indirectos del proyecto se focalizan en los clientes, proveedores y personas que visitan las instalaciones y los profesionales de la comunicación que se interesen en el tema.

Capítulo 1

DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN

1. Institución

Nombre o razón social: Publimetro Guatemala, Sociedad Anónima. Nombre comercial: *Publnews* Guatemala.

1.2. Perfil institucional

Publnews, Guatemala inició su circulación el 01 de febrero del año 2011, bajo el apoyo económico y el respaldo del Grupo Emisoras Unidas de Guatemala, dicho grupo está formado por 42 frecuencias radiales propias que se transmiten en 6 formatos diferentes. El grupo Emisoras Unidas se fundó hace 56 años y tiene una participación exitosa en el país y las ventas del medio confirman dicha declaración, el éxito del grupo conlleva el respaldo y la solidez de la formación de *Publnews*.

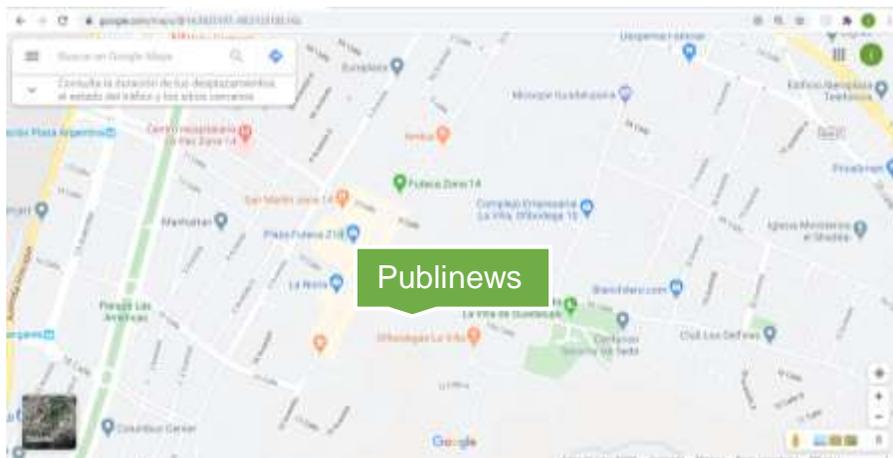
Publnews, se perfila como una empresa dedicada a la impresión, edición, producción, reproducción, distribución, publicación y comercialización de diarios (la cual incluye la versión electrónica de los mismos) con contenido editorial general, para ser distribuidos gratuitamente así como cualquier actividad legal y comercial relacionada. Incluye la venta de espacios publicitarios. Evidentemente, la pauta publicitaria es necesaria para el desarrollo y comercialización de cualquier medio de comunicación.

El medio de comunicación *Publnews*, trabaja bajo la filosofía de entrega de noticias gratis, en el lugar y momento exacto.

1.3. Ubicación geográfica

La empresa en estudio se ubica en la 4ta. Calle 20-15 zona 14, ciudad de Guatemala.

Figura 1: Ubicación de la empresa



Fuente:

<https://www.google.com/maps/place/4A+Calle+6,+Guatemala/@14.6039881,90.5353437,18z/data=!4m5!3m4!1s0x8589a17a3fb7ce23:0x5e33989c41c2593e!8m2!3d14.6040374!4d-90.5336324> Consulta: 14 mayo de 2020.

1.4. Integración y Alianzas Estratégicas

El medio de comunicación *Publinews*, es reconocido por su estrategia de impresos gratuitos y su modelo de distribución. Con la filosofía de ser un medio enfocado a la entrega de noticias en el momento y en lugar correcto.

La empresa se integra por dos áreas: administrativa y distribución. El área administrativa, se ubica en la 4ta. Calle 20-15 zona 14, ciudad de Guatemala y el área de distribución, se trabaja bajo la alianza con la empresa Solucersa.

Publinews, es un medio de comercialización de anuncios y forma parte del Grupo Emisoras Unidas de Guatemala, que posee las franquicias comerciales para operar como *Publinews*. Este medio de comunicación cuenta con el aval de la Cámara Guatemalteca de Periodismo.

1.5. Origen e Historia

El periodismo en la República de Guatemala, inicia en 1838 y abarcó hasta la revolución de 1871. Uno de los periódicos más importantes de ese periodo fue la Gaceta de Guatemala.

En Guatemala, Justo Rufino Barrios y Miguel García Granados, provocaron una revolución que triunfó el 30 de junio de 1871. El periódico de mayor importancia en esta época fue, El Diario de Centroamérica, que actualmente tiene más de un siglo de edad, tras su fundación en 1880.

En Guatemala actualmente circulan más de 6 periódicos, la mayoría son periódicos de paga, en el año 2011 con la aparición de *Publinews*, y la filosofía de noticias gratis en el lugar y momento exacto, se posiciona como el primer medio con distribución a vehículos en puntos estratégicos y así es como *Publinews*, celebra su éxito y años después otros periódicos suman la misma estrategia a sus periódicos de pagas y actualmente circulan más de 3 periódicos gratuitos en la ciudad de Guatemala.

1.6. Departamentos o dependencias de la empresa

La parte administrativa de *Publinews*, se integra de la siguiente manera: Gerencia General, Gerencia Comercial, Recursos Humanos, Informática, Distribución, Departamento Editorial y Departamento Financiero.

1.6.1. Gerencia General: entre las funciones de la gerencia general están, dirigir a la empresa, tomar decisiones importantes, supervisar y ser un líder dentro de esta, planificar y cumplir con los objetivos de la empresa, a corto, mediano y largo plazo.

1.6.2. Gerencia Comercial: el departamento, planifica y cumple con las metas de ventas mensuales y anuales, calcula la demanda de las ventas, es el primer filtro para el proceso de reclutamiento y capacitación para el área de ventas.

1.6.3. Recursos Humanos: el departamento se encarga de planificar, verificar y evaluar todo el proceso de contratación de todas las áreas de la empresa. Su objetivo es velar por la productividad y la eficiencia de todos los empleados y así crear un ambiente agradable para el personal interno y externo de la empresa. Este departamento es clave para el presente estudio del Ejercicio Profesional Supervisado, porque se considera la primera fuente de información.

1.6.4. Informática: el departamento dirige todo lo relacionado al soporte técnico y administración de redes de comunicación y página web. Asesora y propone adquisición de servicios para el desarrollo digital de la empresa.

1.6.5. Distribución: el departamento capacita y organiza al personal de entrega de periódicos y ejecuta las estrategias de distribución. Planea y controla las actividades de eventos especiales.

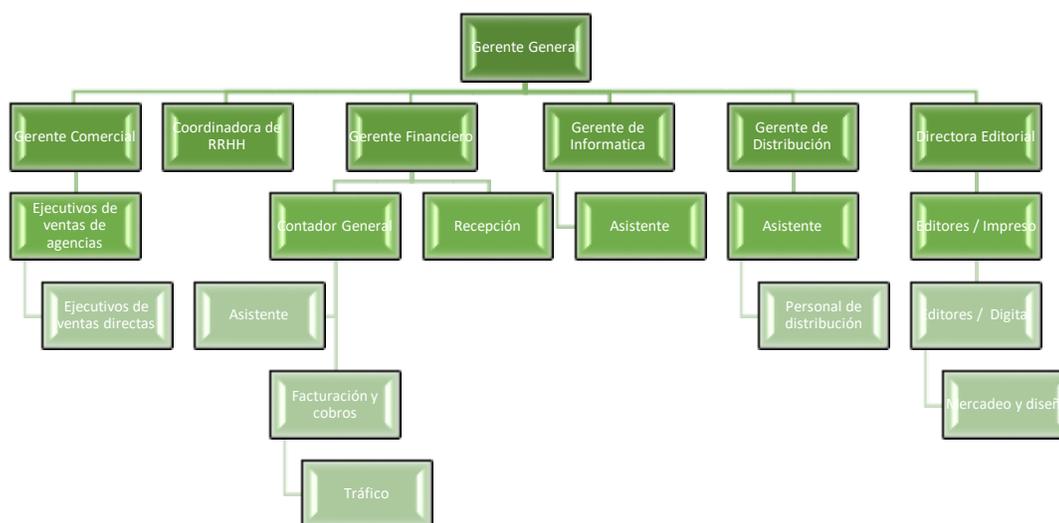
1.6.6. Departamento de Editorial: el departamento dirige la línea editorial y planifica el calendario anual de las actividades de la empresa. Supervisa el desempeño de los demás editores y garantiza la veracidad de la información y las imágenes contenidas en el periódico.

1.6.7. Departamento Financiero: el departamento administra y controla los presupuestos de todas las áreas del medio. Vela por el cumplimiento de los costos del mismo y así asegurar la liquidez de la empresa.

1.7. Organigrama de la empresa

Se presenta el organigrama general de la empresa, donde la comunicación fluye de manera horizontal y vertical. Se define que la comunicación es mixta; donde cada departamento cuenta con un gerente, quien lidera y supervisa la ejecución de las actividades.

Figura 2. Organigrama de la empresa



Fuente: Elaboración propia

1.8. Misión

Ser un medio de difusión y promoción para describir las noticias, eventos, que surgen en los diferentes ámbitos en Guatemala.

1.9. Visión

Ser una institución dedicada al ejercicio periodístico para la promoción de derechos a informar a la población de los diferentes eventos que pasan en todos los aspectos de la sociedad.

1.10. Objetivos institucionales

- Brindar información de fuentes confiables.
- Fomentar el pensamiento crítico.
- Fomentar la capacidad de análisis.
- Contribuir al crecimiento del país.

1.11. Público objetivo

El público objetivo del proyecto, es el personal administrativo del medio de comunicación *Publinews*, ubicado en las instalaciones de 4ta. Calle 20-15 zona 14.

1.12. Diagnóstico

Prieto Castillo (1980), comenta: "la palabra diagnóstico proviene del griego *diagnostikos* y significa, discernir, conocer" (p.39).

Según Rivera (2010), el diagnóstico de comunicación es un "procedimiento que se realiza para evaluar la eficiencia de los sistemas de comunicación interna de una empresa" (p.20)

Constituye además, para la autora, "el método que analiza los canales, emisores, contenidos e impacto de la comunicación en la organización". Sé aprecia que es más amplio, abarcador y acepta, por tanto, su aplicación tanto interna como externa.

El presente proyecto se realizó en las instalaciones de *Publinews*, zona 14, el resultado del siguiente estudio, se obtuvo con la finalidad de brindar una estrategia de comunicación para dar a conocer las medidas de prevención y atención de eventualidades de salud y seguridad. Estas necesidades surgen después del traslado del personal administrativo a las nuevas instalaciones, en enero de 2019 y el acontecimiento inesperado del virus, Covid-19.

Las instalaciones actuales no cuentan con información para advertir a los empleados sobre la existencia de riesgos o peligros. De acuerdo a la videoconferencia sobre Salud y Seguridad define al riesgo como: “combinación de la probabilidad de que ocurra un suceso o exposición peligrosa y severidad del daño o deterioro de la salud que puede causar el suceso o exposición”. (V. Figueroa, comunicación personal, 07 de agosto de 2020). Otro punto muy importante para la investigación, es que, actualmente la empresa está en un proceso de reestructuración, por la fusión con el Grupo Emisoras Unidas.

El departamento de ventas fue el primero en ubicarse en las instalaciones, se observó que el departamento se encuentra en el segundo nivel, dentro de las instalaciones se encuentran dos entradas para llegar al segundo nivel pero en ninguna de las entradas se observó señales para informar o advertir sobre los riesgos o peligros. .

A continuación, se describen los departamentos que se encuentran en el primer nivel: recepción, diseño, contabilidad, tráfico y auditoría, se observó escasa información sobre la pandemia Covid-19, la cual fue anunciada por el Presidente Alejandro Giammattei, el 13 marzo de 2020 y estableció que las empresas actuaran con medidas sanitarias y laborales, como el trabajo desde casa. Motivo por el cual se realizó un diagnóstico de la situación actual, la cual incluye la emergencia del Covid-19 y se analizaron las siguientes áreas, comunicación, señalética, salud y seguridad.

1.12.1. Objetivo general del diagnóstico

Diagnosticar la comunicación e información interna en *Publinews*, referente a las medidas de salud y seguridad.

1.12.2. Objetivos específicos del diagnóstico

Identificar la situación actual dentro de las instalaciones de la empresa con respecto a los procedimientos de salud y seguridad.

Evaluar los conocimientos del personal administrativo sobre la prevención y propagación del Covid-19.

Analizar la capacidad de respuesta del personal de *Publinews*, para enfrentar eventualidades dentro de las instalaciones.

¿Cómo se define la investigación? Sampieri (1999), “la investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema”. (p. 4).

Se entiende por métodos de investigación, aquellos procedimientos lógicos y rigurosos que se siguen para obtener conocimiento. Toda investigación nace a partir de una situación observada, que genera una serie de inquietudes o preguntas que no se pueden responder de forma inmediata, sino que, requiere establecer un proceso de desarrollo para la solución. A este proceso lo denominamos métodos y los más utilizados son:

Método inductivo: parte de fenómenos particulares para llegar a lo general. Esto se refiere a pasar de los resultados obtenidos de la observación y experimentación con elementos particulares a la formulación de hipótesis, principios y leyes de tipo general.

Método deductivo: parte de fenómenos generales para llegar a uno particular. Esto se refiere a la aplicación de principios, teorías y leyes a casos particulares.

Método analítico: estudia las partes que conforman un todo, estableciendo sus relaciones de causa, naturaleza y efecto, va de lo concreto a lo abstracto.

Método sintético: estudia las relaciones que establecen las partes para reconstruir un todo, a partir del reconocimiento y comprensión de dichas relaciones bajo la perspectiva de una totalidad, va de lo abstracto a lo concreto.

Método científico: procedimiento riguroso y lógico que permite la adquisición de conocimiento objetivo a partir de la explicación de un fenómeno.

Existen también otras formas de clasificación relacionada con los pasos que se siguen para la solución de un problema:

Investigación exploratoria: busca examinar un tema que no ha sido estudiado o que se ha estudiado muy poco con el objetivo de ampliar la información que se tiene sobre el tema, y poder tener un panorama más amplio de la situación.

Investigación descriptiva: refiere o narra características y propiedades de un objeto, sujeto o situación específica, sin emplear juicios de valor.

Investigación explicativa: se orienta a dar respuestas a las causas de eventos y situaciones de tipo social o físico, explicando por qué ocurre y las condiciones en que se da.

Investigación correlacional: aunque estudia las relaciones causa-efecto, no mantiene control riguroso de todos los factores que intervienen en el experimento.

Investigación histórica: estudia el pasado, reconstruyendo sus hechos a partir de evidencias, documentales confiables, y emplea fuentes de información tanto primaria como secundaria.

Investigación experimental: se caracteriza por el control total de las variables, que emplea identificando las relaciones causa efecto entre estas, para ello determina una o más variables (independiente) de estudio – causa, buscando transformaciones en sus valores y sus efectos en otra variables (dependiente), además usa grupos experimentales y de control.

Investigación cuasi experimental: este tipo de investigación, el investigador no tiene el control total de las variables y los grupos no pueden ser seleccionados de forma aleatoria.

Respecto a la forma como se adquiere la información, encontramos la siguiente clasificación:

Enfoque cuantitativo: parte del estudio del análisis de datos numéricos a través de la estadística, para dar solución a preguntas de investigación o para refutar o verificar una hipótesis.

Enfoque cualitativo: parte del estudio de métodos de recolección de datos de tipo descriptivo y de observaciones para descubrir de manera discursiva categorías conceptuales.

Enfoque mixto: consiste en la integración de los métodos cuantitativo y cualitativo, a partir de los elementos que integran la investigación.

Para la presente investigación, se utilizaron fuentes primarias y secundarias. Las fuentes primarias, permitieron obtener información a través del contacto con los trabajadores por medio de la observación y encuestas. Las fuentes secundarias, permitieron recabar información más específica de la empresa.

Se utilizó un enfoque mixto, Sampieri (1999), define estos enfoques como: cuantitativo “utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías”. Cualitativo, “utiliza la recolección y el análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (p. 4 -7).

El enfoque cuantitativo porque se analizaron los resultados de forma porcentual y cada indicador se presentó en gráficas de barras y enfoque cualitativo porque se obtuvo información teórica como tesis, libros, entre otros, para utilizarlas como fuente de consulta para el desarrollo de la investigación.

1.13. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Los instrumentos de investigación son los recursos o procedimientos que se utilizan, para acercarse a los hechos y acceder a toda la información y conocimiento del objeto. Se apoyan de instrumentos para guardar la información, tales como:

Cualitativo:

- Observación participante.
- Entrevista.
- Análisis documental.
- Reportaje.
- Referencias.

Cuantitativo

- Encuesta.
- Cuestionario.
- Entrevista.
- Muestreo.
- Tabla de registro.

1.13.1. Observación

Los autores Morán y Alvarado (2010), concluyen que la observación:

Consiste en la atención cuidadosa a un objeto con el fin de conocerlo. El proceso de la observación no sólo aparece al principio, sino a lo largo de una investigación, y es algo más complejo que el simple ver con atención. (p.47).

La observación es la adquisición activa de información a partir del sentido de la vista. Se trata de una actividad que detecta y asimila los rasgos de un elemento.

1.13.1.1. Tipos de investigación

Observación simple o no estructurada: es aquella en la que el investigador se limita a describir los datos que obtiene de su propia indagación.

Observación sistemática o estructurada: se basa en una estructura más específica que la observación simple. En este caso, ya se tienen determinados con claridad cuáles serán los aspectos puntuales que se observaran.

Observación participativa o interna: el observador se involucra por completo con su objeto de estudio. A través de este tipo de observación es posible conseguir información profunda.

Observación no participativa o externa: se refiere a aquella en la que el investigador se mantiene al margen del estudio del objeto. Esta observación puede darse de manera directa, a través de recolección de datos, como encuesta o entrevistas.

También se da de manera indirecta, sin tener ningún tipo de contacto con el objeto de estudio, sino basándose en otras investigaciones.

Observación individual: en la observación individual, participa un solo investigador, quien tiene la tarea de observar detenidamente al objeto de estudio y registrar los datos recopilados de dicha observación y realizar un análisis propio.

Observación grupal: en la observación grupal intervienen varios investigadores, quienes observan distintas fases y procesos del objeto de estudio. Posteriormente comparten y debaten sobre los datos encontrados.

1.13.1.2. Observación

Lo observado en el medio de comunicación *Publinews*, logró identificar a los sujetos involucrados desde distintos ángulos, para verificar las necesidades insatisfechas. Luego de este proceso se analizaron los datos antes de dar un resultado, en la videoconferencia detalla la palabra analizar como: “el propósito de obtener información que pueda ser útil para el trabajo. El análisis, sin importar si los datos son cuantitativos o cualitativo, pueden ayudar a: describir y resumir los datos, identificar la relación entre las variables y pronosticar resultados” (E. Hernández, comunicación personal, 22 de mayo de 2020).

Para la presente investigación uno de los instrumentos utilizados fue la encuesta, que en la videoconferencia lo definen como “un cuestionario que consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir, debe ser congruente con el planteamiento del problema o hipótesis” (K. Ramírez, comunicación personal, 28 de mayo de 2020). Se encuestó al personal administrativo por medio de un colaborador de la empresa para obtener datos de forma cuantitativa.

Se realizaron entrevistas que para Enz (2012) lo define como:

- Entrevistas y grupos focales permiten conocer en detalle qué piensan los miembros de una institución o, al menos, lo que expresan en palabras. Combinar entrevistas personales con grupales es una actividad interesante para contraponer ideas que se desarrollan en diversos ámbitos de encuentro (p.91).

1.13.2. Documentación

Actualmente cuentan un manual de estructura organizacional que está en proceso de finalización, este documento sirvió para conocer la estructura, contenido y funciones de la institución, se hace la aclaración que no está finalizado. Por tema de reestructuración, el manual de visión, misión, valores y código de ética, se trabaja por medio del Grupo Emisoras Unidas. El clima laboral se mide por medio de la empresa Centrarse. Adicional se consultó el informe del Ejercicio Profesional Supervisado realizado por la epesista Ana Alfaro en el 2015, el cual contiene información sobre del medio de comunicación *Publinews*.

1.13.3. Entrevistas

Es el instrumento más importante de la investigación, junto con la construcción del cuestionario. En una entrevista además de obtener los resultados subjetivos del encuestado acerca de las preguntas del

cuestionario, se puede observar la realidad circundante, anotando el encuestador además de las respuestas tal cual salen de la boca del entrevistado, los aspectos que considere oportunos a lo largo de la entrevista. La entrevista, a diferencia del cuestionario que se contesta por escrito por el encuestado, tiene la particularidad de ser más concreta, pues las preguntas presentadas de forma contundente por el encuestador, no dejan ambigüedades, es personal y no anónima, es directa por que no deja al encuestado consultar las respuestas. (Salazar, 2009, p.13).

Tamayo y Tamayo (1991), comenta: “la entrevista es la relación directa establecida entre el investigador y su objeto de estudio a través de individuos o grupos con el fin de obtener testimonios orales” (p.93).

La entrevista, es un instrumento que permite conocer y obtener datos más concretos ya que su proceso es directo y personal. Además, brinda la oportunidad de conocer la realidad y se obtiene las respuestas del entrevistado de primera mano.

La entrevista se realizó a 3 altos mandos de la empresa, el gerente de informática, contador general y la coordinadora de recursos humanos. Dentro de la entrevista se realizaron varias preguntas directas, que pretende determinar el estado que actualmente tiene las instalaciones, dentro de las respuestas, se identificó que las instalaciones no cuentan con señales y medidas de seguridad para afrontar una eventualidad. Otra respuesta significativa es la falta de instrucciones que deben seguir ante la emergencia del Covid-19, ya que no son suficientes para evitar la propagación del mismo. A continuación, se detalla una de las preguntas claves y de suma importancia para el desarrollo del proyecto:

¿En casos de eventualidades como sismos o terremotos, *Publinews* cuenta con medidas de activación?

1. ¿Sí? ¿Detállelos?

2. ¿No? ¿Cuál es la razón por qué no existen planes de emergencia?

“Lamentablemente, no, El año pasado nos trasladamos para estas instalaciones y prácticamente son nuevas y por el tema de la reestructuración y presupuesto, no hemos abarcado el tema de capacitación o talleres para informar a los empleados sobre cómo deben actuar antes estas emergencias” Martin Escobar, Contador General.

¿Considera qué es importante contar con señalizaciones adecuadas, claras y precisas dentro de las instalaciones para informar sobre los riesgos o peligros?

“Si, es conveniente que la instalaciones cuenten con la debida señalización para evitar accidentes, es importante que la salidas de emergencia estén identificadas y ahora con el tema del Covid-19, es necesario que nos recuerden sobre el uso sobre de la mascarilla y el distanciamiento por el momento no he visto señales que nos los recuerden”. Génesis Ramírez, Asistente de Mercadeo.

1.13.4. Encuestas

Es de gran utilidad en la investigación científica, ya que constituye una forma concreta de la técnica de observación, logrando el que el investigador fije su atención en ciertos aspectos y se sujeten determinadas condiciones. Contiene los aspectos del fenómeno que se consideran esenciales, permite además, aislar ciertos problemas que nos interesan principalmente reduce la realidad a cierto número de datos esenciales y precisa el objeto de estudio. (Tamayo y Tamayo, 1991, p.94)

La encuesta permite obtener datos más precisos de las personas en estudio. Este conjunto de preguntas se enfocan principalmente sobre los hechos o aspectos de la empresa para la investigación, además, se reduce a cierto número de datos esenciales.

Las encuestas se realizaron de forma física por medio de un empleado de la empresa, quien fue de apoyo a la investigación, dichas encuestas se realizaron de esta forma por la situación que se vive actualmente del Covid-19, donde se prohíbe el acceso a personas ajenas a la empresa con el fin de evitar la propagación del mismo.

Las encuestas se realizaron en el área de administración, ubicada en las instalaciones de zona 14 y que está formada de la siguiente manera: recepción, ventas, contabilidad, informática, diseño gráfico y tráfico. Se aplicó la muestra para la realización de encuestas, a la mitad de los empleados, porque el otro porcentaje labora desde casa, por las disposiciones impuestas por el Presidente, Alejandro Giammattei.

El personal administrativo de zona 14, es clave para la presente investigación, además, de su retroalimentación, en ellos está la ventaja de ser más accesibles en cuanto a horarios y participación en este tipo de estudio. El personal de distribución, es ajeno a la empresa, ya que ellos poseen otro tipo de contrato y laboran para otra empresa, el personal administrativo de *Publinews*, que labora en las instalaciones del Grupo Emisoras Unidas en zona 13, muy rara vez se presenta a las instalaciones de zona 14.

1.13.4.1. Fórmula aplicada

Se tomó una muestra de 20 encuestas donde la población total es de 105 empleados de diferentes empresas que se encuentran dentro de las instalaciones. El número de muestras se determinó de acuerdo a la disponibilidad del personal para realizar dicho cuestionario, esto se debe a las diferentes funciones y horarios de cada empleado. La fórmula es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 p * q * N}{Ne^2 + Z^2 p * q}$$

Datos:

$$n = ?$$

N = Tamaño de la población total 105

$$p = 0.50$$

$$q = 0.50$$

$$Z = 90\% = (1.65).$$

$$e = 15\% = (0.15).$$

$$n = \frac{(1.65)^2(0.5)(1 - 0.50)(105)}{(105)(0.15)^2 + (1.65)^2(0.50)(1 - 0.50)}$$

$$n = \frac{(2.7225)(0.50)(0.50)(105)}{(105)(0.0225) + (2.7225)(0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{(2.7225)(0.25)(105)}{(105)(0.0225) + (2.7225)(0.25)}$$

$$n = \frac{(71.465625)}{2.36 + 0.6063}$$

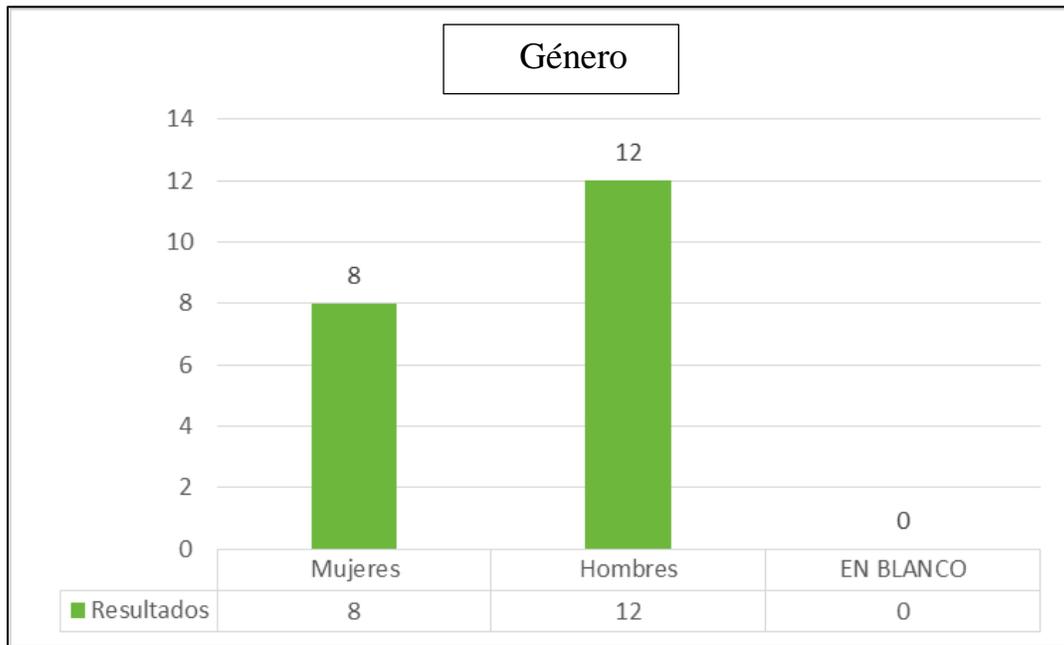
$$n = \frac{71.465625}{2.9663}$$

$$\mathbf{n = 24}$$

1.14. Interpretación de Resultados (gráficas)

Se presenta el análisis gráfico de las encuestas.

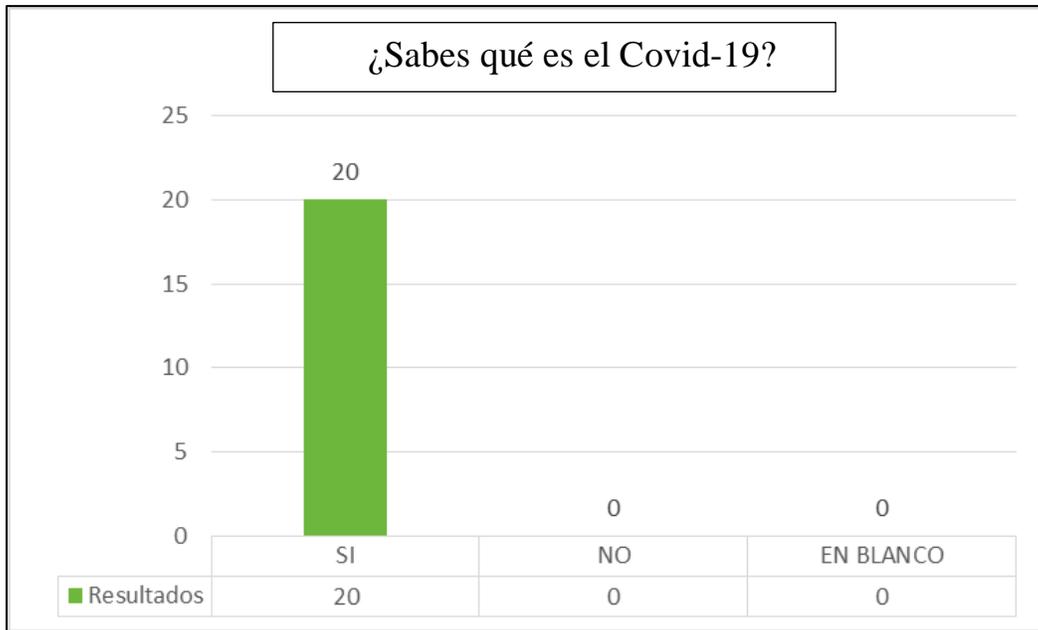
Gráfica No. 1



Fuente: Elaboración propia

La primera gráfica, refleja información de las personas que se encuestaron, dicha encuesta se realizó a 20 empleados, se tomó de muestra al personal administrativo de zona 14, el personal se encuentra físicamente en la instalaciones y otro porcentaje labora desde casa a consecuencia de la pandemia Covid-19, que se vive actualmente en el mundo, el resultado refleja que un 60 % es decir 12 personas fueron hombres y un 40 % es decir 8 personas fueron mujeres.

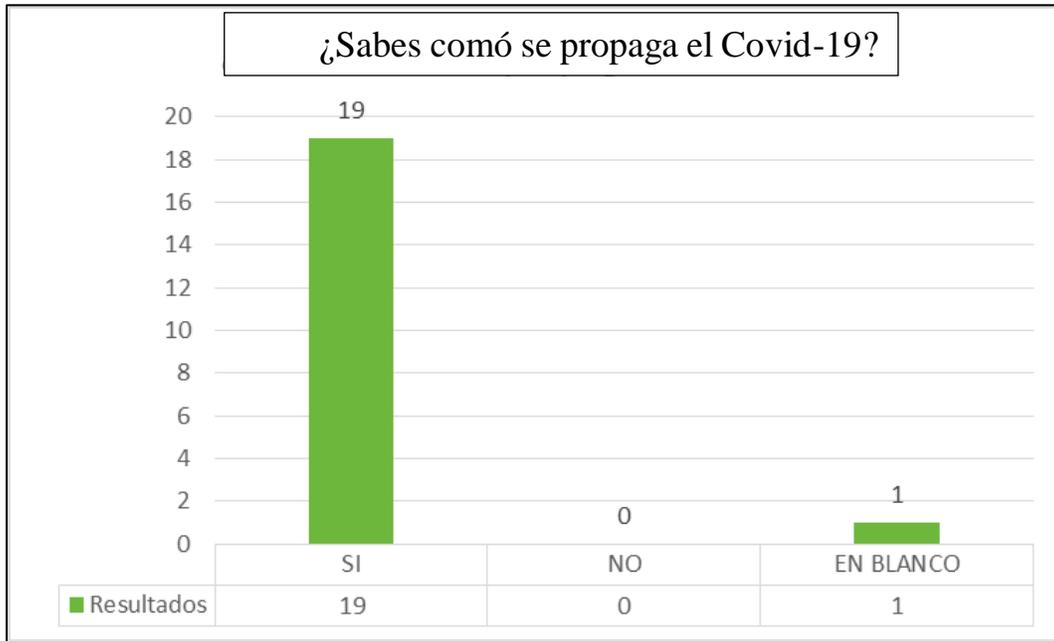
Gráfica No. 2



Fuente: Elaboración propia

La segunda gráfica, refleja que el 100 % del personal administrativo, sabe qué es el Covid-19, ya que en varios medios masivos, entre ellos televisión, radio y redes sociales, se aprecia el alto contenido que información sobre esta nueva pandemia que azota al mundo entero.

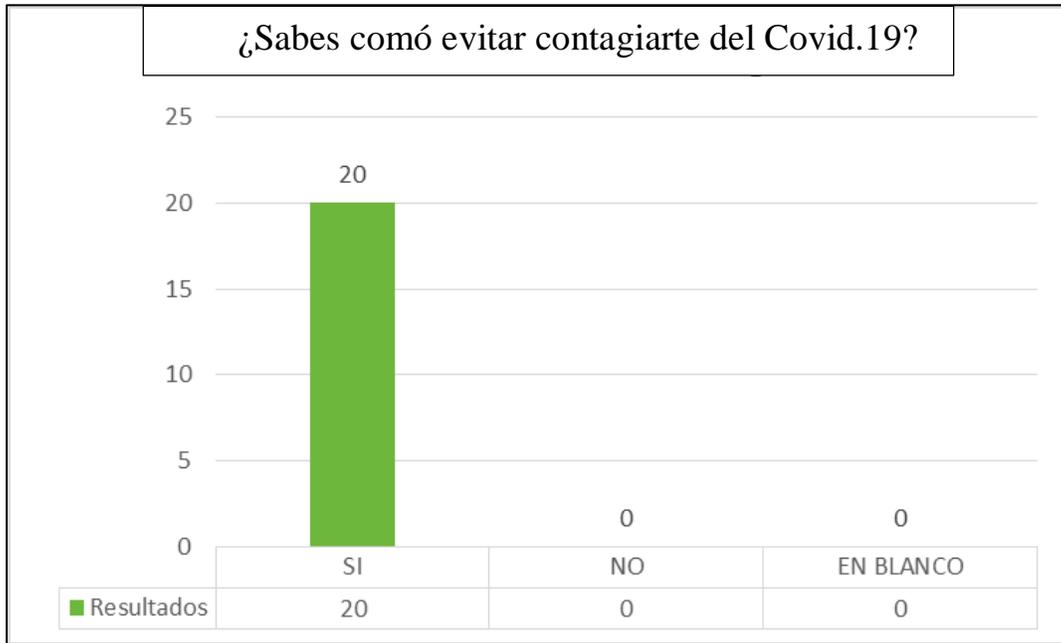
Gráfica No. 3



Fuente: Elaboración propias

La tercera gráfica, refleja que un 95 % del personal, sabe cómo se propaga el Covid-19, y un 5 %, no.

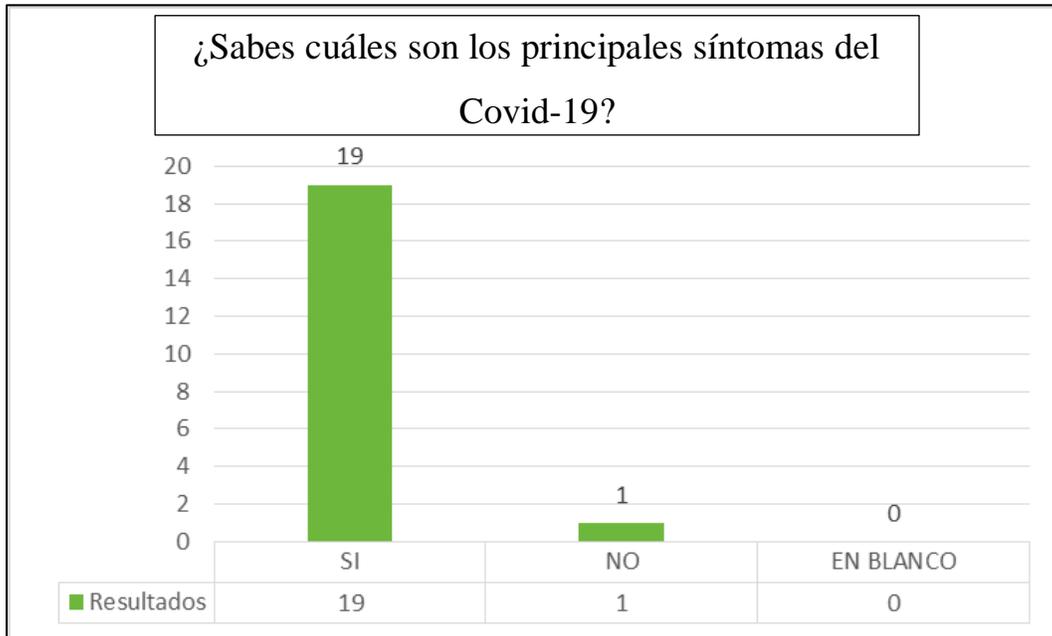
Gráfica No. 4



Fuente: Elaboración propia

La cuarta gráfica, refleja que el 100% del personal administrativo, sabe cómo evitar contagiarse del Covid-19, actualmente la empresa divulga la información del virus en hojas de papel bond y la coloca en las paredes.

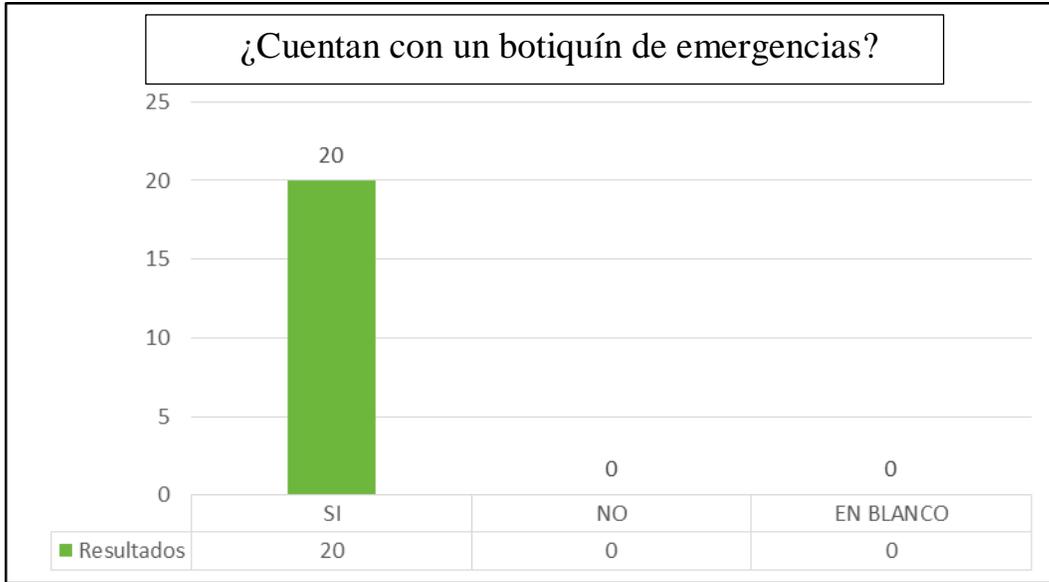
Gráfica No. 5



Fuente: Elaboración propia

La quinta gráfica, refleja que el 95 % del personal, sí sabe cuáles son los principales síntomas.

Gráfica No. 6



Fuente: Elaboración propia

La sexta gráfica, refleja que, el 100 % del personal administrativo, sí sabe que cuentan con un botiquín de emergencia, en el mismo momento se hizo la pregunta para saber si saben dónde se encuentra, y la mitad indicó el lugar correcto, y la otra mitad no recuerda dónde está ubicado.

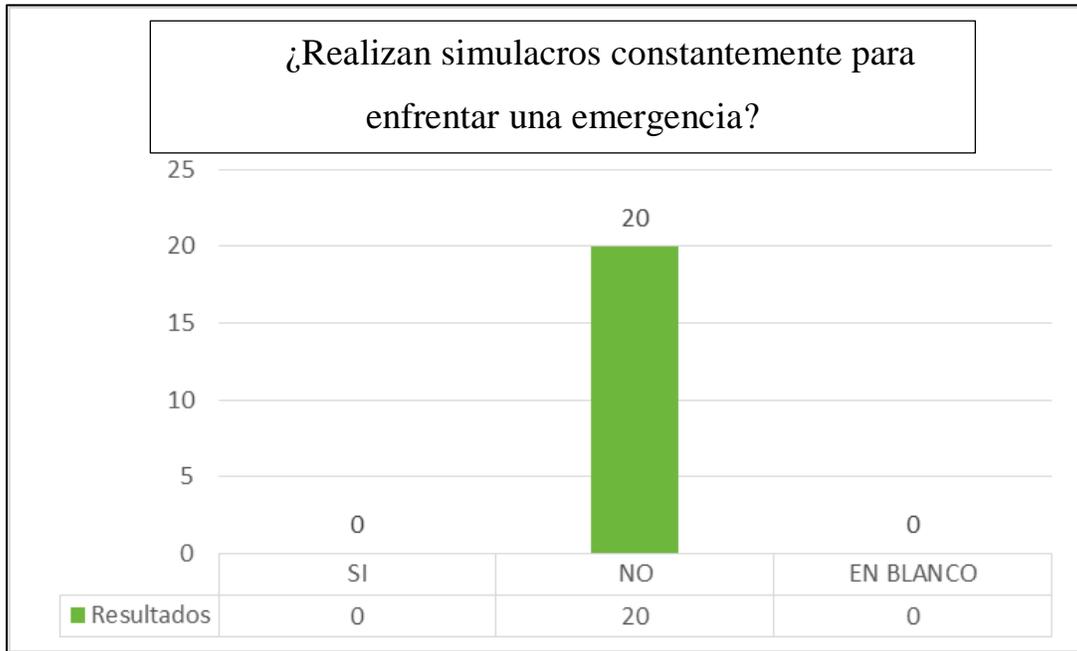
Gráfica No. 7



Fuente: Elaboración propia

La séptima gráfica, indica el resultado más importante para esta investigación, solo el 30 % del personal, sabe cómo actuar ante una emergencia y el 70 %, indica que no sabe cómo actuar.

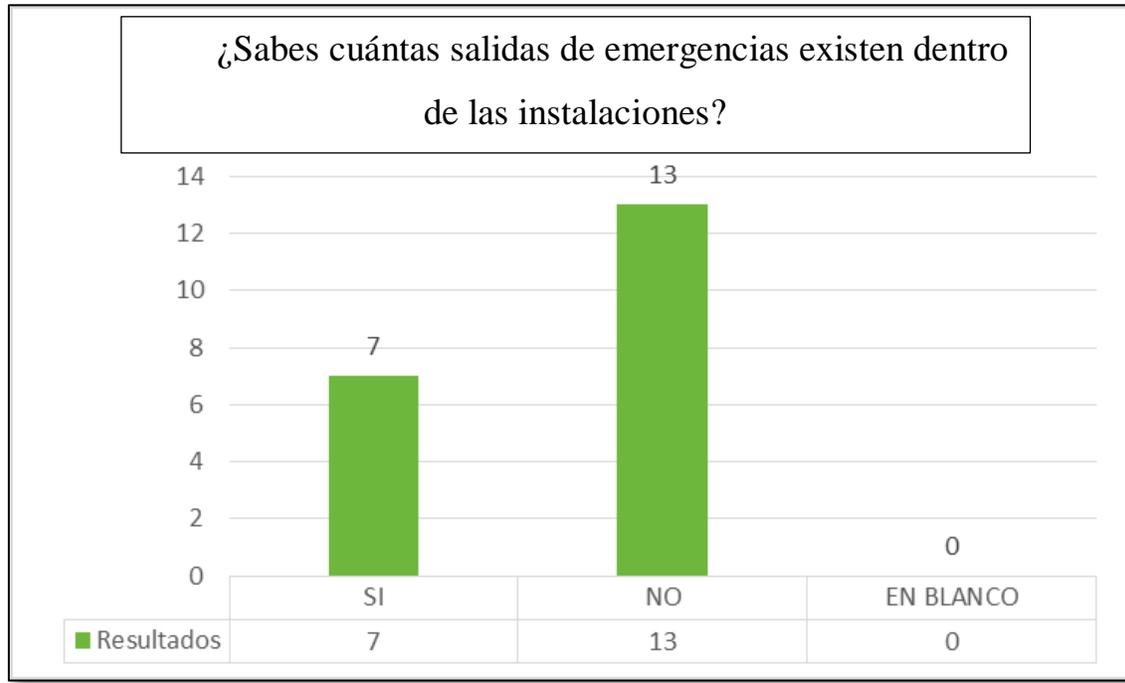
Gráfica No. 8



Fuente: Elaboración propia

La octava gráfica, refleja que el 100 % del personal, no ha realizado simulacros desde el traslado a las nuevas instalaciones, esta es una pregunta importante para elaborar el presente proyecto.

Gráfica No. 9



Fuente: Elaboración propia

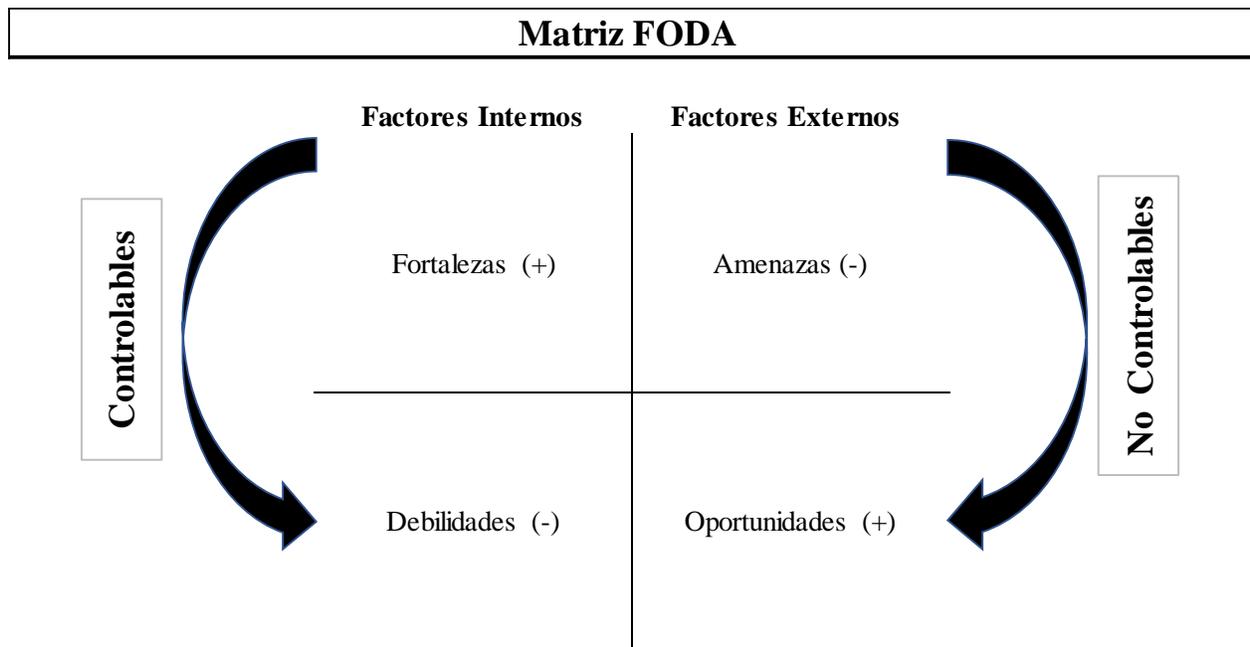
La novena gráfica, refleja que 65 % del personal, no identifica las salidas de emergencias, este resultado es importante para trabajar un sistema de comunicación visual dentro de las instalaciones.

1.15. FODA

La matriz FODA, es la que permite diagnosticar tanto una problemática comunicacional específica como la situación comunicacional en general de la organización, incluyendo su posición en el contexto, su estado interno, para luego definir y plantear su rol y acción en función de los descrito. (Enz, 2012, p.99)

La palabra FODA se forma de los términos: fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Y se conoce como una herramienta que estudia la situación de una empresa y analiza sus características internas y sus situaciones externas en una matriz cuadrada.

Figura 3. Esquema matriz FODA



Fuente: Elaboración propia
Basado en Enz, (2012: p. 99)

Basados en la información anterior, se presenta el FODA de la empresa en estudio.

1.15.1. Fortalezas

- Existe un área encargada de capacitar al personal (Recursos Humanos)
- Personal abierto a comunicación y a cambios.
- Las autoridades están interesadas en proteger la vida de sus empleados.

1.15.2. Oportunidades

- Crecimiento en el medio digital debido a las restricciones de movilidad en el país.
- Cambio en el mercado de lectores.
- Manejan buena imagen corporativa ante los lectores en todas sus redes sociales.

1.15.3. Debilidades

- No existe identificación de señales de riesgos, peligros y áreas críticas en las instalaciones.
- Falta de conocimiento de actuar de los empleados ante una eventualidad.
- En casos de riesgo o emergencias, no existen encargados con capacidad para guiar a otros.

1.15.4. Amenazas

- Amenaza sanitaria pandemia Covid-19.
- Por ser un medio de comunicación, los periodistas deben seguir con su deber de investigar e informar a la población, lo que significa, estar expuestos en todo momento.
- Los medios impresos se enfrentan en este momento ante una crisis, ya que la circulación de vehículos y de personas está limitada.

1.16. Problemas detectados

1.16.1. Problema primario

El personal administrativo es trasladado a nuevas instalaciones en un período muy corto.

1.16.2. Problemas secundarios

- Falta de información con respecto a las acciones a tomar ante una eventualidad.
- La empresa no cuenta con señalizaciones de riesgo o peligro dentro de sus instalaciones.
- Debido a que fue un acto inesperado la emergencia del Covid-19, actualmente cuentan con escasa información y señalización de las medidas a tomar.

1.17. Planteamiento del problema comunicacional

1.17.1. Objeto de estudio

El presente proyecto pretende determinar el conocimiento del personal administrativo de *Publinews*, con respecto a los temas de salud y seguridad.

1.17.2. Pregunta primaria

¿Es importante divulgar información sobre seguridad y prevención del Covid-19 en el área laboral?

1.17.3. Pregunta secundaria

¿Es importante contar con señales de evacuación, puntos de reunión o zonas seguras dentro del área laboral?

1.17.4. Problema

Carencia de información y señalización de riesgos, peligros y prevención del Covid-19.

1.17.5. Limitación geográfica

El proyecto se realizó en las instalaciones de *Publinews* zona 14.

1.17.6. Limitación temporal

El proyecto se realizó durante el año 2020, de febrero a octubre.

1.18. Indicadores de éxito

Para la realización del presente proyecto se indagaron varias vías para facilitar financiamiento y apoyo para resolver la problemática que actualmente se observa en la empresa.

Por medio de la Coordinadora Nacional para la Reducción de desastres –CONRED-, se obtuvo información de cursos de gestión de riesgo y prevención del Covid-19 de forma gratuita.

El departamento de recursos humanos evaluó la posibilidad de cubrir cierto porcentaje del presupuesto de las actividades. La empresa, por el momento es quien ejecuta el proyecto con sus propios recursos. A continuación, se enlistan algunas herramientas de comunicación que existen dentro de la empresa y las cuales se utilizarán para fortalecer el proyecto:

Carteleras

Correo electrónico

Reuniones de socialización.

1.19. Proyecto a desarrollar

“Diagnóstico y estrategia de comunicación interna, para las medidas de prevención y atención de eventualidades de salud y seguridad, para Publimetro Guatemala, S.A. (*Publinews*)”

Capítulo 2

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN

2. Plan estratégico de comunicación

La autora Enz (2012), lo define: “el plan de comunicación es el punto de llegada en el proceso de diagnóstico y planificación que venimos trabajando y se convierte, también, en el momento inmediatamente anterior a pasar a la acción” (p.106).

Según Libaert (2008), “el plan de comunicación integral es un documento que recoge los objetivos, destinatarios, políticas, estrategias, recursos y acciones de comunicación a desarrollar en todos los ámbitos de la empresa, según reconocen diferentes fuentes de internet consultadas” (p.7). El plan de comunicación es un mapa de orientación que servirá para guiar a los diferentes caminos que el proyecto del diagnóstico de comunicación reflejará, las acciones que se tomaran en su momento serán resultado de la investigación del capítulo anterior.

Para la realización de un plan de comunicación Enz (2012), refiere tener presente los siguientes elementos:

Objetivos generales y específicos de la planificación, a quiénes nos vamos a dirigir (nuestros grupos de interés), el diagnóstico de cómo estamos hoy y hacia dónde queremos ir (qué realidad queremos modificar) y el escenario donde sucederá, para luego detenernos y plasmar, también por escrito, cuestiones que responden a diversos ejes: el tiempo, los recursos, los responsables, el presupuesto. (p.109)

La comunicación interna establecida por el medio de comunicación, *Publinews*, responde a una metodología y un planteamiento estratégico. Llevar a cabo una correcta planificación de la comunicación, implica un proceso que derivará los objetivos a alcanzar y una selección de las posibles acciones que deben seguirse para lograrlos. Los resultados obtenidos en el capítulo anterior, son bases para el presente capítulo del plan de comunicación y sus estrategias.

2.1. Descripción técnica del plan estratégico de la comunicación

La estrategia resume sobre cómo se va a manejar para alcanzar los objetivos, según Enz (2012)

Las estrategias describen cómo se va a trabajar para el logro de los objetivos. Deben precisar qué hacer, para quiénes, con quiénes y de qué manera. Para definir las nos preguntamos: ¿Cómo podemos lograrlo?

Para seleccionar las estrategias es necesario considerar:

- Probabilidad de incidencia en la solución del problema o la necesidad.
- Prioridades e intereses de los grupos involucrados.
- Presupuesto.
- Pertinencia.
- Período que se debe cubrir. (p.112)

La propuesta de comunicación tiene como fin fundamental, brindar una estrategia de comunicación interna, para dar a conocer las medidas de prevención y atención de eventualidades de salud y seguridad, debido a los escasos procedimientos de acción y las pocas medidas para evitar el contagio del Covid-19, que actualmente se tienen en las instalaciones del medio de comunicación *Publinews*, zona 14.

La propuesta contiene varios componentes, entre ellos, cursos, señalética y la creación de una guía de acción. A continuación se describe cada uno.

Se promovió la creación de una guía de acción antiriesgos, para orientar al personal sobre las medidas a tomar ante una eventualidad suscitada en las instalaciones.

Se gestionó la papelería adecuada para la obtención de cursos, a la coordinadora de recursos humanos, sobre riesgos y acciones a tomar ante una eventualidad por medio de la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres -CONRED-.

Se propició un sistema de comunicación visual, en espacios específicos dentro las instalaciones, para mejorar la visibilidad de riesgos con referente a salud y seguridad.

2.1.1. Mensajes clave

Enz (2012), Cada vez que desarrollamos un canal o espacio de comunicación estamos siendo impulsados por un objetivo comunicacional, algo que queremos que esas personas conozcan, sepan o hagan a partir del mensaje. Para lograrlo, recurrimos a imágenes, sonidos o textos que sintetizan y reflejen estas expectativas. Sin embargo, y para optimizar las comunicaciones, es sumamente útil que podamos definir

una idea central: lo que esperamos que los receptores o destinatarios recuerden luego de haberla recibido (p.124).

Para cumplir con los objetivos, del plan de comunicación, fue necesario que el personal administrativo conociera y recordará todos los procedimientos que deben cumplir ante una eventualidad, para llevar a cabo estos objetivos, el proyecto se apoyó de señales e información que se adaptaron a las acciones, por ejemplo:

“Estas señales protegen tu vida”

“Todos nosotros somos y constituimos *Publinews*” y por tanto, “es importante que estemos informados y capacitados para cuidar nuestras vidas ante una eventualidad.

2.2. Objetivos de la estrategia

2.2.1. Objetivo general

Fortalecer el proceso de la comunicación interna del personal administrativo, con enfoque a los procedimientos de acción ante una eventualidad de salud y seguridad.

2.2.2. Objetivos Específicos

Proporcionar información sobre las medidas de acción a tomar ante una eventualidad a la Coordinadora de Recursos Humanos, a través de cursos.

Propiciar un sistema de comunicación visual en espacios específicos dentro las instalaciones, para mejorar la visibilidad de riegos de salud y seguridad, incluyendo el Covid-19.

Implementar una guía de acción para orientar al personal en los procedimientos de acción a tomar ante una eventualidad suscitada en las instalaciones

2.3. Misión

Organizar al personal administrativo de la empresa ubicada en zona 14, para que sean reconocidos como los más competentes, y profundamente comprometidos del entorno, con referencia a las acciones a tomar ante una eventualidad.

2.4. Visión

Ofrecer a todo el personal administrativo una formación activa y responsable para desarrollo de una alternativa para la protección de la vida, a través de un alto nivel de conocimiento de salud y seguridad.

2.5. Elementos comunicacionales

2.5.1. Comunicación

La comunicación entre individuos es una parte elemental de la vida cotidiana, desde pequeños aprendemos a comunicar de diferentes formas, todo de acuerdo a nuestras etapas. La comunicación debe transmitir nuestras ideas, seleccionar palabras y ordenarlas para trasladar un mensaje sin dificultad, Según la Real Academia Española, define a la comunicación como: “acción y efecto de comunicar o comunicarse”.

Según Interiano (1995), “la comunicación es un fenómeno de interacción social. Es un hecho indiscutible pues toda sociedad, para su desarrollo, necesita establecer relaciones entre los hombres y estos con sus instituciones. Para ello, debe utilizar la comunicación en cualquiera de sus manifestaciones” (p.35).

Para los seres humanos, la comunicación es una acto propio de la actividad mental, que deriva del pensamiento, la lengua y el del desarrollo de las capacidades psicosociales de relación. El intercambio de mensajes es verbal y no verbal, y permite al individuo intervenir en los demás.

Para Flores de Gortari (1987), “la comunicación es el acceso al mundo de la cultura. Es el intercambio de ideas, sentimientos y emociones entre un comunicador y un receptor” (p.3).

Para que el proceso de la comunicación sea efectivo, se respalda de varios elementos, un emisor quien es el que envía, un mensaje, un receptor que a su vez retorna otro mensaje y así la comunicación se vuelve infinita. Los elementos para este proceso son los siguientes:

2.5.2. Emisor

En el proceso de la comunicación el emisor es la primera persona que organiza el mensaje, debe ser claro y entendible para que el receptor pueda comprenderlo, el proceso a su vez se vuelve el canal del mensaje.

2.5.3. Receptor

En comunicación, el receptor es la persona que recibe el mensaje, dicho proceso es el contrario al emisor ya que es el que descifra el mensaje y analiza una respuesta.

2.5.4. Canal

El Canal, en el contexto de la comunicación, es el medio por el cual se transmiten las señales que portan la información (mensaje), que pretenden intercambiar emisor y receptor.

2.5.5. Mensaje

Para que el proceso de la comunicación sea efectivo, debe existir el mensaje, que es el que contiene la información que se desea intercambiar, este es el objeto de la comunicación.

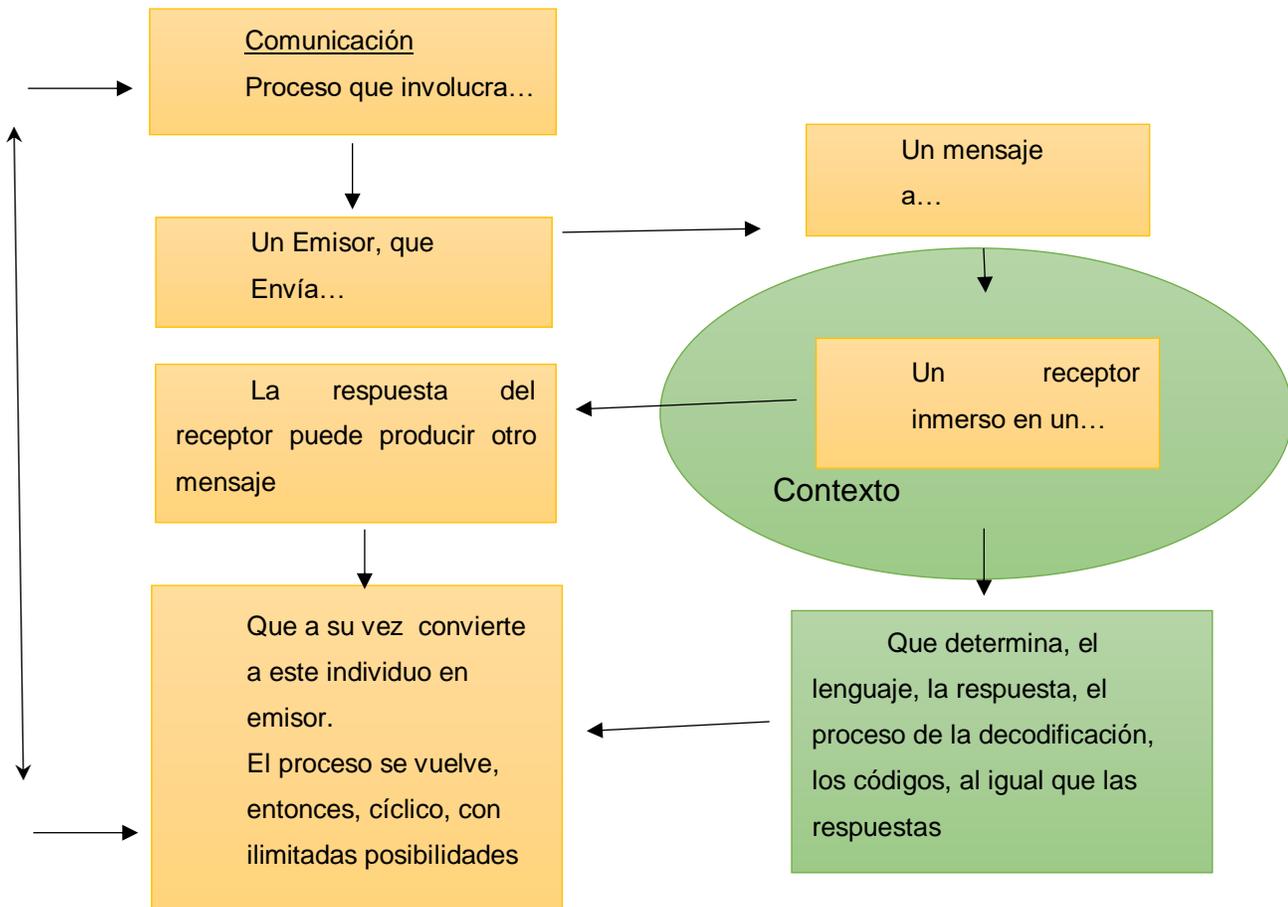
2.5.6. Contexto

El contexto, define el lugar y tiempo del emisor y del receptor, se sitúa en las circunstancias que se encuentran estos dos elementos en el momento de la comunicación.

2.5.7. Barreras o ruidos

La comunicación es afectada y se denomina barrera, ruido o interferencia en el momento de transferir un el mensaje.

Figura 4. Proceso de la comunicación



Fuente: Elaboración propia

Basado en, Santos, (2012: p. 8)

2.5.8.1. Tipos de comunicación

Interiano (1995), indica que existen varios tipos de comunicación “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” (p.17).

2.5.8.2. Comunicación verbal, oral y escrita

La comunicación verbal se transmite de dos formas: oral y escrita. La comunicación oral se refiere a todos los signos orales y palabras habladas de forma gestual y la comunicación escrita, es por medio de papel o mensajes. En este aspecto Gonzalo y Herrero (1993), afirman:

Todo acto comunicativo implica una planificación y una sincronización entre los interlocutores, quienes estructuran sus mensajes para lograr sus objetivos sociales, infiriendo para ellos sus “estados mentales” en función de su conocimiento previo, de las características observables de la situación en que se encuentran. Parece pues obvio que la comunicación no es posible si los interlocutores no están de acuerdo en un lenguaje común, en un vocabulario común y en una sintaxis. (p.24)

2.5.8.3. Comunicación no verbal

La comunicación no verbal, se trasmite por medio de gestos, movimientos o expresiones, por medio de esta comunicación se expresan emociones y sentimientos de una forma corta y comprensible. Por medio de la comunicación no verbal se descifran mensajes que no se expresan a través de la comunicación verbal.

2.5.8.4. Comunicación gráfica

El objetivo de la comunicación gráfica, es transmitir un mensaje pero de forma rápida y fácil, se apoya de las imágenes y a su vez de la ilustración y símbolos. Con los cambios tan repentinos en nuestro acontecer, la comunicación gráfica, es un elemento fundamental para transmitir grandes cantidades de instrucciones.

2.5.9. Niveles de la comunicación

2.5.9.1. Intrapersonal

Se conoce a la comunicación intrapersonal, como la voz de nuestro interior, prácticamente la persona es el emisor y a la misma vez el receptor. La comunicación intrapersonal a su vez ayuda a conectarse con nuestra conciencia y a dialogar con nosotros mismos, ante cualquier eventualidad, en esos momentos surgen pensamientos de calma o pensamientos negativos y por ende generan paz o temor. Según Santos (2012) concluye:

Se refiere al modo en que los individuos seleccionan y articulan cada uno de los signos del lenguaje, pero no necesariamente para comunicar una idea a otro, sino, también para reflexionar. Los diálogos con uno mismo, en los que uno apela a una voz interior que en algunas ocasiones pregunta y en otras responde acerca del sentido de la vida, o los hechos cotidianos. (p.20)

2.5.9.2. Interpersonal

A diferencia de la comunicación intrapersonal, la comunicación interpersonal, sí recibe un *feedback*, (retroalimentación) es decir es recíproca entre al menos dos personas, los papeles que juegan el

emisor y el receptor se intercambian en cada momento y no exactamente el mensaje llega al mismo receptor.

2.5.9.3. Grupal

Las personas individuales cuando se incorporan en grupo, conforman una fuerza mayor, todos establecen objetivos o metas en común.

Existen diversos motivos por los que una persona decide sumarse a un grupo; según Fernández Collado (2008), “la atracción interpersonal, las metas de grupo, la necesidad de afiliación o el logro de metas exteriores intervienen en la elección de cada individuo” (p.62).

2.5.9.4. Comunicación Organizacional

La comunicación organizacional es la totalidad de acciones y procedimientos que se llevan a cabo para transmitir o recibir información a través de diferentes medios, métodos y técnicas de comunicación interna y externa con la finalidad de alcanzar los objetivos de la empresa.

“La comunicación organizacional es un importante proceso de mucho aporte laboral en la actualidad que da lugar a la transmisión de la información dentro de las organizaciones para identificar los requerimientos y logros de la organización y los colaboradores de la misma. La comunicación organizacional llega a permitir el conocimiento de los recursos humanos, su desarrollo en la empresa, productividad en los departamentos de trabajo.” Recuperado de: http://cristinaaced.com/pdf/planComunicacion_BIC%20Galicia.pdf. El día 01.07.2020 a las 13:15 horas.

A través de la comunicación organizacional se establecen estrategias de desarrollo, productividad y relaciones internas y externas, a fin de obtener un mejor desempeño por parte del personal, con la finalidad de cumplir con los logros de una empresa.

Por otra parte, la comunicación organizacional permite que el trabajo se desarrolle correctamente y exista un óptimo clima de trabajo y se alcancen los objetivos planteados

Para establecer la gestión eficaz de una empresa, la comunicación es una herramienta de vital importancia, esta se divide en comunicación interna y externa, por medio de ellas se permite

conocer los alcances o solucionar las dificultades de las personas que trabajan en los diferentes departamentos de una empresa o las personas que se encuentran externas a la empresa.

2.5.9.6. Comunicación Interna - Externa

Para el buen funcionamiento de una organización, la comunicación, juega un papel muy importante, ya que sin ella no se avanza hacia los objetivos deseados. La comunicación externa a simple vista puede ser la comunicación más importante para una organización, por el tema de clientes y proveedores, pero la comunicación interna, es la relación entre el empleado y la empresa, dicha relación debe ser motivada para que se fortalezca y así se obtengan beneficios de las dos partes.

A opinión de Andrade (2005), determina a la comunicación interna como:

Son todas las actividades realizadas por la organización, para crear y mantener las relaciones entre sus miembros, a través del buen uso de los diferentes medios de comunicación existentes en la organización.

Esta se sub divide en:

a) Ascendente: De Alto nivel jerárquico hacia subordinados. b) Descendente: Subordinados hacia altos nivel jerárquico. c) Horizontal: Misma vía sin niveles de jerarquía. (p.15)

Dentro de la comunicación interna se mencionan varios problemas, donde los mensajes se alteran o se omiten dentro del proceso, de manera que cuando el receptor lo acepta recibe un mensaje diferente al mensaje inicial o no lo recibe todo este mal proceso provoca los problemas dentro de la comunicación. Dentro estos problemas se mencionan los siguientes:

Omisión: cuando se elimina una parte del mensaje y el receptor no detecta la totalidad del contenido. Puede ser intencional cuando se omiten ciertos datos de la información. Este problema se presenta usualmente cuando las comunicaciones se dan de forma ascendente.

Distorsión: cuando un mensaje se altera mientras circula por la organización. Se da tanto en las comunicaciones verticales como horizontales.

Sobrecarga: es una de las causas de la omisión y contribuye a la distorsión. Esto genera otro mecanismo, llamado cola o línea de espera.

2.5.10. Estrategia

La Real Academia Española, define a la estrategia como: “arte de dirigir las operaciones militares. Arte para dirigir un asunto”. Recuperado de: <https://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=tema>. El día 01.05. 2020 a las 13:16 horas.

La estrategia desde la posición de la administración, denomina las tareas que deben cumplir los miembros de todas las empresas, desde las autoridades y sus asesores, quienes encaminan y definen las orientaciones de la empresa y la realización de la estructura.

2.5.11. Planificación

Matus (1987), planificar significa pensar antes de actuar, pensar con método, de manera sistemática; explicar posibilidades y analizar sus ventajas y desventajas, proponerse objetivos, proyectarse hacia el futuro, porque lo que puede o no ocurrir mañana decide si mis acciones de hoy son eficaces o ineficaces. (p.21)

2.5.12. Señalética

Uno de los sistemas más importante dentro de una empresa, es el de la señalética que comunica de forma visual y cumple con el objetivo de orientar o guiar a una persona o a un grupo de personas dentro de un lugar.

Pino (2018), define a la señalética como: “una técnica comunicacional que emplea señales, símbolos icónicos, cromáticos y lingüísticos con la finalidad de orientar y brindar instrucciones al individuo sobre su accionar en un determinado espacio físico” (p.7).

La señalética es una técnica comunicacional que emplea señales, símbolos icónicos y lingüísticos, con la finalidad de orientar y brindar instrucciones a la persona sobre su accionar en un determinado espacio físico.

2.5.13. Señalización

Este elemento es parte de la comunicación visual, que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación y el comportamiento del individuo. Es decir, que este elemento es autodidáctico, se explica como el modo de relación entre los individuos y su entorno. Se benefician las personas para la orientación, a un lugar determinado y para la mejor y la más rápida accesibilidad a los servicios requeridos y para una mayor seguridad en los desplazamientos.

2.5.14. Pictograma

Con referencia a Ocampo (2018), “es aquella imagen de un objeto real, que para responder a las exigencias de una información clara y veloz, es representado en forma tipificadamente sintética” (p.201).

2.5.15. Signo

Es aquel que está en lugar del objeto al que representa, este hace una referencia, que por una relación usual, hace recordar al interpretante una realidad determinada. Para Eco, “el signo se utiliza para transmitir una información, para decir, o para indicar a alguien algo que otro conoce y quiere que lo conozcan los demás también”. Recuperado de: http://www.catedranaranja.com.ar/taller2/notas_T2/Libro_Signo_Umberto_Eco.pdf. El día 01.05.2020, a las 13:20 horas.

2.5.16. Semiología

Ferdinand de Saussure, describe semiología como: “la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social”. Es la ciencia que estudia los sistemas de signos: lenguas, códigos, y señalizaciones. Recuperado de: <http://semioticaydesarrollo.blogspot.com/2012/09/ferdinand-de-saussure.html>. El día 01.05.2020, a las 13:25 horas.

2.5.17. Semiótica

La ciencia lo describe como el sistema que estudia los signos que permite la comunicación entre los individuos, su modo de producción de funcionamiento y recepción. Para Humberto Eco, es una técnica de investigación que explica de manera bastante exacta cómo funcionan la comunicación y la significación.

2.5.18. Semántica

Con referencia a Ocampo (2018), “es el estudio de la relación entre los gráficos y el significado implícito de acuerdo con la función que realiza. Este término se aplica a todos los signos y símbolos que son portadores de un mensaje, de esta manera se establece la relación gráfico – significado” (p.201).

2.5.19. Señal

Es un signo o un gesto que transmite un aviso, la señal sustituye a la palabra escrita o al lenguaje.

Dentro de los tipos de señales mencionamos los siguientes:

Señales de información

Señales de prohibición

Señales de información en caso de incendios

Rótulos de carga de ocupación máxima.

2.5.19.1. Señales de información

Indican la dirección de las rutas de evacuación, ubicación de salidas de emergencia y estaciones de protección, así como otros elementos auxiliares tal como equipo de atención y protección en caso de emergencia.

2.5.19.2. Señales de prohibición

Tienen por objeto prohibir y limitar una acción susceptible de provocar un riesgo. Para las señales de seguridad y de prohibición el color del fondo debe ser blanco, la banda transversal y la banda circular deben ser color rojo. El símbolo debe colocarse centrado en el fondo y no debe obstruir la banda diametral, el color rojo debe cumplir por lo menos el 35 % de la superficie de la señal, el color del símbolo debe ser negro.

2.5.19.3. Señales de información en caso de incendio

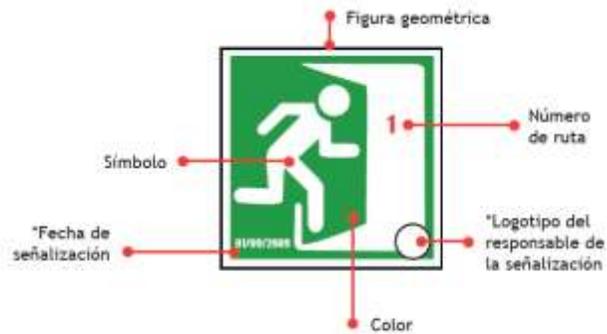
Sirven para informar sobre la ubicación de equipo contra incendio, son de forma cuadrada con fondo en color rojo y los símbolos en color blanco.

2.5.19.4. Rótulo de carga de ocupación máxima

Este rótulo tiene como finalidad informar al usuario sobre la capacidad máxima permitida para un inmueble o porción del mismo, en función de su uso, área y salidas de emergencias.

El tamaño de las señales dependerá de la distancia de observación, de 5 a 50 metros.

Figura 5: Componentes de las señales



Fuente: Norma de reducción de desastres número do-NRD2. CONRED.

Dentro de la investigación, se propuso una serie de alternativas, que tienen como objetivo la prevención de accidentes y limitación de riesgos de contagio, dentro de las señales a proponer son las siguientes:

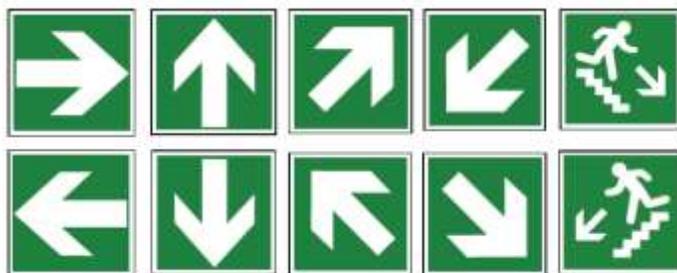
2.5.19.5. Señalización de salida de emergencia

Se utiliza para indicar todas las salidas posibles en casos de una emergencia, deberá ser instalada sobre o inmediatamente adyacente a una puerta de salida que conduzca a una zona de seguridad. Esta señal se encuentra relacionada con las siguientes señales: vía de evacuación derecha, vía de evacuación izquierda, salida superior y salida inferior.

2.5.19.6. Señalización de vía de evacuación

Indica una vía de evacuación o escape. Instalación: en muros de edificios públicos privados.

Figura 6: Señalización de vía de evacuación



Fuente: Norma de reducción de desastres número do-NRD2. CONRED.

2.5.19.7. Señalización de zona segura

Instalación: en lugares visibles como: patios, estacionamientos o cualquier zona que no represente riesgo inminente de caída de vidrios u otros elementos en caso de sismo o incendio.

Figura 7: Señalización de zona segura



Fuente: Norma de reducción de desastres número do-NRD2. CONRED.

2.5.19.8. Punto de reunión

Localización externa de un inmueble, identificada para reunir al personal que desaloja las instalaciones de manera preventiva y ordenada, posterior a una evacuación. Se deberá instalar en lugares visibles como: patios, estacionamientos o cualquier zona que no represente riesgo.

Figura 8: Punto de reunión



Fuente: Norma de reducción de desastres número do-NRD2. CONRED.

2.5.19.9. Señalización de empujar para abrir

La señal se deberá instalar directamente sobre la puerta, con el objetivo de homogenizar la rotulación de todas las salidas.

Figura 9: Señalización de empujar para abrir



Fuente: Norma de reducción de desastres número do-NRD2. CONRED

2.5.19.10. Señales de prevención Covid-19

En Guatemala se hace obligatorio el uso de mascarilla, distanciamiento social y lavado de manos a partir de abril de 2020, como medida adicional para prevenir el contagio del covid-19

Figura 10: Uso de mascarilla obligatoria



Fuente: Organización Mundial de la Salud

Figura 11: Distanciamiento social



Fuente: Organización Mundial de la Salud

Figura 12: Uso de alcohol en gel



Fuente: Organización Mundial de la Salud

2.5.20. Salud

La salud es un estado completo de bienestar físico, mental y social, y no sólo la ausencia de infecciones o enfermedades. También, se define como: “el nivel de eficacia funcional o metabólica de un organismo tanto a nivel micro (celular) como en el macro (social)”. Recuperado de: https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019?gclid=EAIaIQoChMIinjR8cba6QIVw-FRCh3MrwBNEAAYASAAEgLT_D_BwE. El día 01.07.2020, a las 15:00 horas.

2.5.21. Higiene

La higiene va dirigida a la salud física y al bienestar de los empleados. Sus objetivos:

Minimizar el riesgo de contraer enfermedades.

Identificar factores que puedan causar enfermedad.

Capacitar a los empleados sobre los riesgos de contagio y la forma de poder prevenirlos. Proponer medidas de control que permitan reducir el grado de riesgo a la salud de los empleados.

2.5.22. Prevención

La prevención, la define Alvarenga (2018), como: “medidas destinadas no solamente a prevenir la aparición de la enfermedad, tales como la reducción de los factores de riesgo, sino también a detener su avance y a atenuar sus consecuencias una vez establecida” Promoción de la salud y prevención de la enfermedad. Recuperado de: http://www.salud.gob.sv/archivos/pdf/telesalud_2018_presentaciones/presentacion28062018/PROMOCION-DE-LA-SALUD-Y-PREVENCIÓN-DE-LA-ENFERMEDAD. El día 01.07.2020 a las 15:45 horas.

2.5.23. Educación preventiva

Alvarenga (2018), comenta sobre la educación para la salud “comprende las oportunidades de aprendizaje creadas conscientemente destinadas a mejorar la alfabetización sanitaria que incluye la mejora del de la población y el desarrollo de habilidades personales que conduzcan a la mejora de la salud. Es un proceso educativo que tiene como finalidad responsabilizar a los ciudadanos en la defensa de la salud propia y colectiva. Es un instrumento de la promoción de salud y por tanto una función importante de los profesionales sanitarios, sociales y de la educación. Asimismo, la educación para la salud es una parte del proceso asistencial, incluye la prevención, el tratamiento y la rehabilitación” Promoción de la salud y prevención de la enfermedad. Recuperado de: http://www.salud.gob.sv/archivos/pdf/telesalud_2018_presentaciones/presentacion28062018/PROMOCION-DE-LA-SALUD-Y-PREVENCION-DE-LA-ENFERMEDAD.pdf. El día 01.07.2020, a las 15:30 horas.

2.5.24. Covid-19

La Organización Mundial de la Salud ha propuesto la abreviación *Covid-19*, a partir de la aparición del nuevo *Corona virus*. La Real Academia Española, lo define: “el acrónimo *COVID-19* que nombra la enfermedad causada por el SARS-CoV-2, se usa normalmente en masculino (*el COVID-19*), por influjo del género de *coronavirus* y de otras enfermedades víricas (*el zika, el ébola*), que toman por metonimia el nombre del virus que las causa. Aunque el uso en femenino (*la COVID-19*) está justificado por ser *enfermedad* (*disease* en inglés) el núcleo del acrónimo (*CoronaVirus Disease*), el uso mayoritario en masculino, por las razones expuestas, se considera plenamente válido”. Recuperado de <https://www.rae.es/noticias/crisis-del-covid-19-sobre-la-escritura-de-coronavirus>. El día 01.07.2020, a las 16:00 horas.

2.5.25. Seguridad Laboral

Entendemos por seguridad laboral al conjunto de actuaciones dirigidas a la identificación y evaluación de los factores de riesgo que intervienen en los accidente de trabajo, y al control de sus posibles consecuencia.

2.5.26. Riesgo

Según la Organización Mundial de la Salud, un riesgo es, “un factor de riesgo es cualquier rasgo, característica o exposición de un individuo que aumente su probabilidad de sufrir una enfermedad o lesión. Entre los factores de riesgo más importantes cabe citar la insuficiencia ponderal, las prácticas sexuales de riesgo, la hipertensión, el consumo de tabaco y alcohol, el agua insalubre, las deficiencias del saneamiento y la falta de higiene”. Recuperado de: https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus2019?gclid=EAIaIQobChMIInIjR8cba6QIVw-FRCh3MrwBNEAAYASAAEgL6T_D_BwE. El día 01.07.2020, a las 16:30 horas.

2.5.27. Acción preventiva

De acuerdo a la norma UNE-EN ISO 9000:2005, una acción preventiva es: “una acción tomada para eliminar la causa de una no conformidad potencial u otra situación potencialmente indeseable. Se diferencia de la acción correctiva en que para realizarla no es necesario que se haya presentado ninguna no conformidad” Recuperado de: <https://www.normas-iso.com/>. El día 01.07.2020, a las 17:00 horas.

2.5.28. Prevención de accidentes laborales

Según la organización mundial de la salud, define “que accidente es un hecho no planeado el cual da como consecuencia un daño considerable, produce lesión corporal, muerte o daño material”. Recuperado de: https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019?gclid=EAIaIQobChMIInIjR8cba6QIVw-FRCh3MrsBNEAAYASAAEgL6T_D_BwE. El día 01.07.2020, a las 17:15 horas.

2.6. Alcances y límites de la Estrategia

El presente estudio abarcó al personal administrativo del medio de comunicación *Publinews*, ubicado en zona 14, de febrero a octubre del año 2020, la investigación se llevó a cabo solo con un porcentaje del personal administrativo por la situación que actualmente se vive en el país y a nivel mundial, la pandemia Covid-19, dicho eventualidad provocó que las empresas adaptaran a sus empleados al trabajo desde casa. Cabe mencionar que todas las propuestas y mejoras están trabajadas desde el aspecto de la comunicación interna.

A corto plazo: El impacto de la estrategia fue directa. Los procedimientos y las medidas de acción a tomar ante una eventualidad de salud y seguridad están establecidas y se transfieren por los medios de divulgación existentes, también se promovió espacios con la debida señalización para evitar accidentes.

Esto promovió la sensibilización del personal, con una participación positiva, permitiendo comprender al personal administrativo el beneficio de contar con espacios debidamente identificados e informar sobre las medidas para actuar ante una emergencia.

Las limitaciones se encontraron, en la creación de un comité, ya que actualmente, el personal administrativo se encuentra en un plan de reestructuración y reubicación y no se tiene establecido la ubicación de cada empleado, por ejemplo, un empleado que trabaja en zona 14 en el área de contabilidad puede ser cambiado a zona 13 en cualquier momento.

2.7. Metodología para la aplicación de la Estrategia comunicacional

Científicamente la metodología, es un procedimiento general para lograr de una manera precisa los objetivos de la investigación. De ahí, que la metodología en la investigación nos presenta los métodos y técnicas para realizar la investigación. La metodología constituye la médula del proyecto, se refiere a la descripción de las unidades de análisis, o de investigación, las técnicas de observación y recolección de datos, los instrumentos, los procedimientos y las técnicas de análisis. (Melgar, 2007, p.42)

Metodología es la ciencia que nos enseña a dirigir determinado proceso de manera eficiente y eficaz para alcanzar los resultados deseados y tiene como objetivo darnos la estrategia a seguir en el proceso. Esta provee al investigador de una serie de conceptos, principios y leyes que le permiten encauzar de un modo eficiente y tendiente a la excelencia el proceso de la investigación científica (Cortés, 2004, p.8)

Con referencia a los autores mencionados, se dice que la metodología es la guía a seguir para el logro de un proceso idóneo en cualquier investigación a desarrollar. La metodología indica los procedimientos para lograr de una manera concreta los objetivos de una investigación. La misma provee al investigador de una serie de conceptos, principios y leyes para desarrollar un buen trabajo de campo.

2.7.1. Tipo de investigación

Para el presente proyecto, se utilizó una metodología descriptiva y una observación de tipo directa e indirecta, con enfoque mixto.

Sampieri (1999), comenta: “representan un conjunto de procesos, sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta” (p.534).

2.7.5. Instrumentos

2.7.5.1. Observación

Se aplicó la técnica de la observación, directa e indirecta, por la situación que se vive actualmente en el país, la observación directa se realizó antes de la pandemia Covid-19, porque meses antes se visitó las instalaciones, con respecto a la observación indirecta, se tomaran testimonios de colaboradores de la empresa.

2.7.5.2. Entrevista

La entrevista, es un instrumento que permite conocer y obtener datos más concretos ya que su proceso es directo y personal. Además, brinda la oportunidad de conocer la realidad y se obtiene las respuestas del entrevistado de primera mano.

2.7.5.3. Encuesta

La encuesta permite obtener datos más precisos de las personas en estudio. Este conjunto de preguntas se enfocan principalmente sobre los hechos o aspectos de la empresa para la investigación, además, se reduce a cierto número de datos esenciales.

2.8. Actividades para la operatividad de la estrategia

Las estrategias de comunicación expuesta en el presente proyecto, se ejecutaron con una serie de productos y actividades comunicacionales, para el logro de los objetivos planteados, la cual responde a las necesidades de comunicación detectadas en el diagnóstico de comunicación presentado en el capítulo 1. Se enlista las actividades a realizarse:

2.8.1. Propuesta 1

Curso básico de gestión de riesgo

2.8.1.1. Estrategia

Divulgación del curso básico de gestión de riesgo para el personal administrativo, enfocado a las medidas de salud y seguridad.

2.8.1.2. Actividades

El departamento de recursos humanos fue el intermediario para enviar la información por correo electrónico al personal administrativo de zona 14, sobre el próximo curso de gestión de riesgo, por la situación que se vive actualmente en el país, el curso se impartió de forma virtual y solo participó el personal designado. Por medio de varios recursos, se gestionó que el curso lo impartiera la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres – CONRED -.

Seguido de esto, una semana antes del curso el departamento de recursos humanos hizo el recordatorio, por medio del correo electrónico al personal administrativo, para a inscribirse y dar los detalles del mismo, horario, duración, aplicación, entre otros.

Posterior al curso, el personal reenvió un correo describiendo su experiencia, aspectos positivos y negativos. Seguido el departamento de recursos humanos envió una nota de agradecimiento por correo electrónico, por su dedicación y tiempo invertido en el curso.

2.8.1.3. Tiempo de duración

El curso se impartió en el mes de octubre del año 2020, el curso básico de gestión de riesgo, se impartió durante 5 semanas, una hora diaria

2.8.1.4. Presupuesto

Los cursos no tienen costo, se impartió de forma gratuita.

2.8.1.5. Evaluación

Se evaluó el resultado del curso, con el correo de respuesta del personal administrativo, después del curso se obtuvo comentarios de sus experiencias, aspectos positivos y negativos de la actividad.

Propuesta 1

Figura 13: Cursos CONRED



Fuente: <https://campusvirtual.conred.gob.gt/cursos/> Consulta. 14 de julio de 2020

2.8.2. Propuesta 2

Señalética

2.8.2.1. Estrategia

Implementación de señales de riesgo dentro de las instalaciones

2.8.2.2. Actividades

Crear un sistema de comunicación visual dentro de las instalaciones, este sistema cuenta con 22 señales de riesgo, entre ellas, salidas de emergencia, distanciamiento social, uso de mascarilla, y cuidado al bajar gradas. Con las señalizaciones se obtuvo una visibilidad más amplia de los posibles riesgos. La empresa contratada para el montaje de las señales, es la encargada de la instalación y mantenimiento de las señales. Posterior a la instalación de todas las señales, se

entregó una guía al departamento de recursos humanos, la cual contiene un croquis de las instalaciones y la ubicación de las señales.

2.8.2.3. Tiempo de duración

Las señales se instalaron en el mes de agosto del año 2020

2.8.2.4. Presupuesto

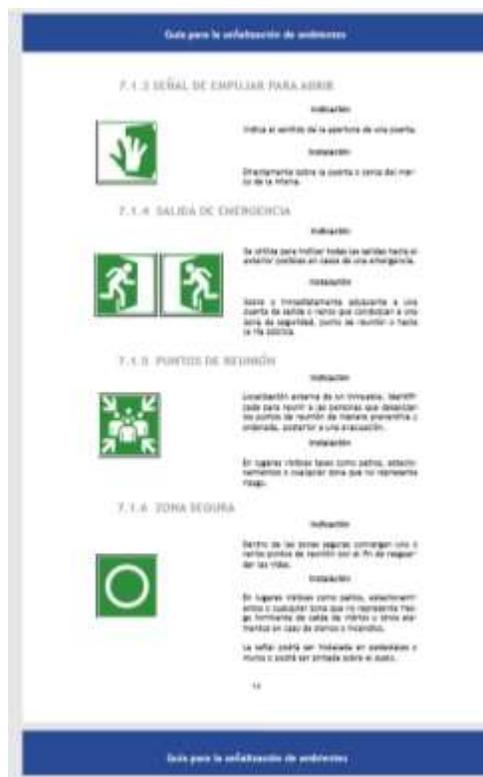
La elaboración de cada señal, tiene el costo de Q.25.00 cada una y se hizo la entrega de 22 señales para las instalaciones de zona 14.

2.8.2.5. Evaluación

Se evaluó el resultado de cada señal con la guía que se trasladó posterior al curso básico de gestión de riesgo.

Propuesta 2

Figura 14: Señales varias



Fuente: https://conred.gob.gt/normas/NRD2/Guia_de_Senializacion.pdf . Consulta. 15 de mayo de 2020.

2.8.3. Propuesta 3

Guía de acción

2.8.3.1. Estrategia

Creación e implementación de una guía de acción

2.8.3.2. Actividades

Se creó una guía de acción, la cual es la hoja de ruta ante una eventualidad y son las instrucciones que el personal seguirá ante una emergencia. La guía anticipó las acciones a tomar ante un riesgo, el objetivo es improvisar y evitar fracasos en los momentos de crisis.

El departamento de recursos humanos, fue el encargado facilitar la guía a cada empleado. La guía la recibieron después de tomar el curso básico de gestión de riesgo.

2.8.3.4. Tiempo de duración

La guía de acción se entregó en octubre del año 2020

2.8.3.5. Presupuesto

La creación y la impresión de cada guía tienen un costo total de Q.1200.

2.8.3.6. Evaluación

Se evaluó el resultado de cada guía de acción con el correo que el personal reenvió al departamento de recursos humanos.

Propuesta 3

Figura 15: Boceto guía de acción (tiro)



Fuente: Elaboración propia

Figura 16: Boceto guía de acción (retiro)



Fuente: Elaboración propia

2.9. Cronograma

Tabla 1: *Cronograma*

Cronograma de actividades Ejercicio Profesional Supervisado 2020																
Actividad	AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Propuesta 1 = Curso básico gestión de riesgo																
Propuesta 2 = Señalética																
Propuesta 3 = Guía de acción																

Fuente: Elaboración propia

2.10. Financiamiento

El medio de comunicación *Publinews*, actualmente, no cuenta con financiamiento para este tipo de proyectos comunicacionales, sin embargo, luego de la presentación del plan de comunicación a la coordinadora de recursos humanos, evaluó los rubros necesarios para cubrir el 25 % de financiamiento de la totalidad del proyecto.

Por otra parte, se dio inicio a las gestiones correspondientes con la Coordinadora Nacional para la reducción de Desastres -CONRED-, para cubrir la fase de los cursos, los cuales son impartidos de forma gratuita.

Por el momento la epesista es quien ejecutó el proyecto con sus propios recursos.

2.11. Presupuesto

El presupuesto descrito a continuación, se definió a base de las cotizaciones realizadas con los montos del año 2020

Tabla 2: *Presupuesto*

No.	Actividad o Servicio	Costo Unitario	Cantidad	Costo Total	Financiamiento
1	Divulgación de curso básico de gestión de riesgo para el personal administrativo.	gratuito	1	0	Epesista
2	Implementación de señal uso de mascarilla	25.00	3.00	75.00	Epesista
3	Implementación de señal obligatorio el uso del alcohol gel	25.00	3.00	75.00	Epesista
4	Implementación de señal mantenga distancia	25.00	3.00	75.00	Epesista
5	Implementación de señal salida de emergencia	25.00	2.00	50.00	Epesista
6	Implementación de señal no obstruir pasillos	25.00	2.00	50.00	Epesista
7	Implementación de señal prohibido correr	25.00	2.00	50.00	Epesista
8	Implementación de señal empujar para abrir	25.00	1.00	25.00	Epesista
9	Implementación de señal ruta de evacuación	25.00	4.00	100.00	Epesista
10	Implementación de señal punto de reunión	25.00	1.00	25.00	Epesista
11	Implementación de señal zona segura	25.00	1.00	25.00	Epesista
12	Creación e impresión de guía de acción	12.00	100.00	1,200.00	Epesista
Total Inversión				Q. 1,750.00	

Fuente: Elaboración propia

2.12. Beneficiarios

2.12.1. Beneficiarios directos

Con las estrategias planteadas anteriormente, se benefició de forma directa al personal administrativo del medio de comunicación *Publinews*, zona 14, quienes transitan y ejercen sus labores en las instalaciones, el objetivo es resguardar la vida de cada persona y capacitarla para que actúen ante una emergencia.

2.12.2. Beneficiarios indirectos

La información trasladada a los beneficiarios directos, repercutieron en los beneficiarios indirectos, dentro de estos, se mencionan los siguientes: clientes, proveedores y personal que visitan las instalaciones. Capacitar e informar al personal ayudó a mejorar las acciones a tomar ante una emergencia.

2.13. Recurso Humano

Tabla 3: *Recurso Humano*

Contacto	Puesto	Actividad
Licenciado Gabriel Ortega	Gerente Comercial	Primer contacto para la autorización del Ejercicio Profesional Supervisado
Licenciado Rodolfo Jiménez	Gerente General	Segundo contacto para la autorización del Ejercicio Profesional Supervisado
Licenciada Fabiola Centeño	Coordinadora de RRHH	Supervisión de la elaboración del proyecto por parte de la empresa
Martín Escobar	Contador General	Apoyó con la información sobre los antecedentes de la empresa y la toma de fotografías de las instalaciones
Génesis Ramírez	Asistente de Mercadeo	Apoyó con las encuestas trasladandolas a cada empleado e informando el motivo de dicha encuesta
Isel Hernández	Epesista	Encargada de la jecución del Ejercicio Profesional Supervisado
Evelin Hernández	Supervisora EPSL	Supervisión de la elaboración del proyecto por parte de la Escuela de Ciencias de la Comunicación
José María Torres Carrera	Coordinador de la Escuela de Ciencias de la Comunicación	Comisión del EPS de Licenciatura
Evelin Morazán Gaitán	Sub coordinadora de la Escuela de Ciencias de la Comunicación	Comisión del EPS de Licenciatura
<p>Todo el personal administrativo colaboró con una actitud atenta a la encuesta, la opinión de cada uno fue importante para realizar este proyecto</p>		

Fuente: Elaboración propia

2.14. Áreas geográficas de acción

El área de cobertura para el desarrollo de cada una de las actividades programadas en el plan de comunicación, se concentraron en las instalaciones de *Publinews* de zona 14, específicamente con el personal administrativo, sin embargo, la muestra solo abarca una parte del personal por los inconvenientes suscitados por la pandemia Covid-19.

2.15. Cuadro comparativo de la Estrategia

Tabla 4: *cuadro comparativo de la estrategia*

Actividad o producto comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso Humano	Área geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
Divulgación de cursos para el personal administrativo con referencia a salud y seguridad	Facilitar la información de los procedimientos de acción ante una emergencia de salud y seguridad a la Coordinadora de Recursos Humanos, a través de cursos.	Q. 0,00	Episista y Coordinadora de RRHH	Publinews Instalaciones de zona 14	Personal administrativo, clientes, proveedores y familiares de los empleados	Octubre, 2020
Implementación de señales de riesgo dentro de las instalaciones	Propiciar un sistema de comunicación visual en espacios específicos dentro las instalaciones, para mejorar la visibilidad de riesgos con referente a salud y seguridad	Q. 5500,00	Episista y Coordinadora de RRHH	Publinews Instalaciones de zona 14	Personal administrativo	Agosto, 2020
Creación de una guía de acción	Promover la creación de una guía de acción para orientar al personal en los procedimientos de acción ante una emergencia suscitada en las instalaciones	Q. 1,200,00	Episista y Coordinadora de RRHH	Publinews Instalaciones de zona 14	Personal administrativo	Octubre, 2020

Fuente: Elaboración propia

Capítulo 3

INFORME DE LA EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA

3.1. Curso Básico Gestión de Riesgo

3.1.1. Objetivo de la actividad

Brindar información sobre el curso básico de gestión de riesgo y los procedimientos de las acciones a tomar ante una eventualidad, al personal administrativo de zona 14.

3.1.2. Medio utilizado

Digital – aplicación zoom.

3.1.3. Área geográfica de impacto

Instalaciones del medio de comunicación *Publinews*, zona 14.

3.1.4. Presupuesto en esta acción

El curso no tiene costo, se brinda gratuitamente.

3.1.5. Comprobación del Material

Se contactó a la unidad de educación de la -CONRED-, al correo unidadeducacionconred@gmail.com, y se solicitó los requisitos para el curso básico de gestión de riesgo, dicho curso se desglosa en 4 módulos: 1.historia 2.gestión de riesgo 3.marco legal 4.desarrollo sostenible y se imparte durante 5 semanas, una hora diaria. El curso tiene límite de cupo y actualmente no hay espacios disponibles para el mes de septiembre, se adjunta la constancia del cruce de correos con la -CONRED-, los correos contienen los requisitos para la inscripción del curso y la carta de solicitud. La inscripción del personal se encuentra en proceso por temas de reestructuración en la empresa y por limitación de cupos en la -CONRED-. Se estima que para el mes de octubre del presente año se obtenga una respuesta favorable, para seguir con el proceso de inscripción de los empleados designados.

3.1.6. Requisitos para el Curso Básico de Gestión de Riesgo.

Figura 17: Requisitos para inscripción de cursos



Fuente: elaboración propia

Figura 18: Requisitos para inscripción de curso



Fuente: elaboración propia

Figura 19: Requisitos para inscripción de curso



Fuente: elaboración propia

Figura 20: Requisitos para inscripción de curso



Fuente: elaboración propia

Figura 21: Requisitos para inscripción de curso



Fuente: elaboración propia

3.2. Señalética

3.2.1. Objetivo de la actividad

Implementar un sistema de comunicación visual para evitar accidentes dentro de las instalaciones y la propagación del Covid-19.

3.2.2. Medio utilizado

Señales.

3.2.3. Área geográfica de impacto

Instalaciones del medio de comunicación *Publinews*, zona 14.

3.2.4. Presupuesto en esta acción

Q550.00 que equivale a 22 señales (el proveedor es el encargado de la instalación y el mantenimiento).

3.2.5. Comprobación del Material

Se entregaron 22 señales a la coordinadora de Recursos Humanos para el sistema de señalética, actualmente por las medidas anunciadas del Covid-19, no se aceptan visitas en las instalaciones, dichas señales se entregaron y se reprogramó la actividad de la instalación.

Figura 22: Entrega de señales a la Coordinadora de Recursos Humanos



Fuente: recepción, 27 de agosto de 2020 Hora: 11:04 a.m.

3.3. Guía de acción.

3.3.1. Objetivo de la actividad

Dirigir e informar al personal mediante una guía, la cual contiene las acciones a tomar ante una eventualidad en las instalaciones.

3.3.2. Medio utilizado

Impresos.

3.3.3. Área geográfica de impacto

Instalaciones del medio de comunicación *Publinews*, zona 14.

3.3.4. Presupuesto en esta acción

Q1200.00 Incluye creación e impresión.

3.3.5. Comprobación del Material

Se imprimieron 100 guías, las cuales se entregaron, en el curso básico gestión de riesgo, dicha guía es complemento para las actividades anteriores

Figura 23: Guía de acción



Fuente: Elaboración propia

3.5. Conclusiones

1. El estudio concluyó que, el sistema visual que se ejecutó por medio de 22 señales, ha sido efectivo para los empleados que laboran en el medio de comunicación *Publinews*, y también para los clientes, proveedores y personal que visitan las instalaciones. Se cumplió con el objetivo de prevenir accidentes laborales y garantizar un ambiente favorable.

2. Se concluyó que, a través de organizar a los empleados para enfrentar una eventualidad por medio del curso básico de gestión de riesgo. Se cumplió con el objetivo de, minimizar la posibilidad de algunos riesgos laborales.

3. A través, de la instalación de las señales de las medidas de prevención del Covid-19. Se cumplió con el objetivo de propiciar información dentro de las instalaciones para evitar la propagación del virus. Ya que actualmente, algunos países trabajan arduamente por encontrar una vacuna para prevenir la enfermedad del Covid-19. Por el momento la mejor manera de prevenir la enfermedad es evitar las aglomeraciones, hacer buen uso de la mascarilla y lavarse las manos constantemente, entre otras medidas.

3.6. Recomendaciones

1. Se recomienda a las autoridades del medio de comunicación, *Publinews*, tomar en cuenta los hallazgos del presente estudio y reconocer la importancia de los cursos y capacitaciones de salud y seguridad, los cuales permiten evaluar y analizar, si los empleados están preparados para enfrentar una eventualidad y mantener un ambiente favorable.
2. Es indispensable y de suma importancia, hacer un mínimo de 2 simulacros al año, dentro de las instalaciones, para fomentar el hábito de prevención, reacción y actuación de los empleados.
3. Se recomienda a la Coordinadora de Recursos Humanos, planificar, encuestas a todo el personal, en un periodo continuo, para conocer las inquietudes o aportes, con respecto a los temas de salud y seguridad.
4. Se recomienda a los comunicadores interesados en el tema, velar por el cumplimiento de los protocolos de emergencia, dentro de las empresas y así evitar accidentes dentro de las mismas.
5. Por último, se recomienda al Gobierno de Guatemala, promocionar de forma continua y gratuita cursos, para seguir evitando la propagación del Covid-19. La pandemia que vivimos actualmente, es una, de muchas pandemias que se aproximan. Por lo que, se recomienda a las futuras generaciones aprender a manejar este tipo acontecimientos y visualizar protocolos para eventos inesperados.

i.v. Fuentes de Consulta

1. Aguilar Barco, Lidia Eunice. (2008). Normas de seguridad e higiene ocupacional en una fábrica de bolsas plásticas. Guatemala. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de San Carlos de Guatemala.
2. Aicher, Otl; Krampen Martin. (1979). Sistemas de signos en la comunicación visual. Gustavo Gili, S.A. Barcelona, España. 1ra Edición.
3. Bartolini, Annie. (1992). Comunicación y Organización. Paidós. Buenos Aires.
4. Costa, Joan. (1987). Señalética. España: Ediciones Ceac. 1ra Edición.
5. Joan (2000). Qué es la comunicación, artículo en línea. Disponible en <http://www.Costaterra.es/personal3/jcostass/cdi1.html>. Fecha de consulta: Mayo de 2020.
6. Diccionario de la Real Academia Española, Disponible en: <https://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=tema>. Fecha de consulta: Mayo de 2020.
7. Enz Angélica (2012). Manual de comunicación para organizaciones sociales: hacia una gestión estratégica y participativa. Buenos Aires.
8. Fajardo, R. (2006). La seguridad industrial. Disponible en: <http://arlsura.com/index.ph>. Fecha de consulta: Mayo de 2020.
9. Fernández Collado, Carlos (2006). La comunicación humana en el mundo contemporáneo, Mexico.
10. Figueroa, Víctor (2020). Salud y seguridad. Fecha de consulta 07 de agosto de 2020.
<file:///C:/Users/Isel/Downloads/PRESENTACION%20EPS%20SALUD%20Y%20SEGURIDAD%207%20de%20AGOSTO.pdf>.
11. Flores de Gortari, Sergio (1987). Hacia una comunicación administrativa integral. México. Editorial Trillas.
12. Hernández, Evelyn (2020). Análisis e interpretación de la recolección de datos en la investigación. Fecha de consulta: 22 de mayo de 2020.
https://lookaside.fbxs.com/file/ANALISIS%20DE%20INTERPRETACION%20DE%20DATOS%20VC%206.pdf?token=AWyImhYWIYeny20LHEZeYikTxGAhPHIk0dfhlMSeT8SP9vEFSYc_A-At5bAFkq7LEoSij2NB5cp_bgcV_TPhk8lxxX8vqo0HOEyON9ne6IVGXkJd97VvKnlVhsr7W847qkDIz2tL3TET119Zk08UwSsJr0vFVhwV3YFi5egDs9uMN0vK7Dx8v13NRVuy6HYwTuodSNus_FlyK_tloQXckERmCun6CPdf_AGTCaim40q8Chq7V5tpRWmd_8Af_FzwohJZbZawkCmtKzgX0niql7Zu2KTBitsL5m3Pqjeg.
13. Hernández Sampieri, Roberto (2014). Metodología de la investigación; México: sexta edición.
14. Interiano, Carlos (1997). Semiología y Comunicación. Guatemala. Editorial Estudiantil.

15. La Importancia de una Buena Señalética (2016). Disponible en: [http:// plotyprint.com/la-importancia-de-una-buena- senaletica/](http://plotyprint.com/la-importancia-de-una-buena-senaletica/). Fecha de consulta: Mayo de 2020.
16. Lemus, Michell Noemí, (2011). Programa de seguridad e higiene laboral, aplicado a un establecimiento educativo privado. Guatemala. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de San Carlos de Guatemala.
17. Libaert Thierry (2008). Plan de comunicación organizacional; como definir y organizar la estrategia de comunicación. Colombia.
18. Manual de uso para la NORMA DE REDUCCIÓN DE DESASTRES NÚMERO DOS - NRD2-CONRED, Disponible en https://www.conred.gob.gt/www/normas/NRD2/Manual_NRD2.pdf. Fecha de consulta: Mayo de 2020.
19. Melgar, Luis Alexander (2007). Etapas a seguir en el desarrollo del proyecto de investigación. Guatemala.
20. Morán Delgado, Gabriel y Alvarado Cervantes, Darío Gerardo. (2010) Métodos de la investigación. México.
21. Musito, Gonzalo y Herrero, Juan (1993). Psicología de la comunicación humana. Argentina.
22. Ocampo Kirste, Trautte Gabriela (2018). Diseño de sistema de señalética para resolver las necesidades informativas y de orientación del grupo objetivo que asiste a la escuela Nacional de Artes Plásticas de Guatemala”. Guatemala, Universidad de San Carlos de Guatemala.
23. Ordoñez García, Ana Lidia Trinidad (2008). Signo, iconos, y símbolos utilizados en la señalización e información del hospital Roosvelt. Guatemala, Universidad de San Carlos de Guatemala.
24. Pino Urquizo, Marco Hernán (2018). Elaboración de un sistema de señalética para mejorar la orientación de los estudiantes del nivel inicial y preparatoria de la unidad educativa Riobamba del cantón Riobamba en el periodo lectivo 2016 – 2017. Ecuador, Universidad Nacional de Chimborazo.
25. Prieto Castillo, Daniel (1980). Elementos para el análisis de mensajes. Editorial ILCE. México.
26. Ramírez, Krista (2020). Enfoque cuantitativo y cualitativo. Fecha de consulta: 28 mayo de 2020. <https://drive.google.com/file/d/1uWZjrg4Ou7P00RsnEFrXmC0jj4QRcC8H/view?fbclid=IwAR3C6pGZmbKEH2tLzKcN6SSjosdTOWU-ncN7f08pzqCYRne4Qmywq87KqqM>.
27. Rivera, Norma (2010). Acciones comunicativas para fortalecer el desarrollo de la empresas azucareras en Colombia. Primera edición.

28. Salazar, Federico (2009). Métodos de Recolección de Datos para una Investigación.
29. Santos García, Dionné Valentina (2012). Fundamentos de la comunicación, México.
30. Tamayo y Tamayo Mario (1991). El Proceso de la Investigación científica.
31. Viñan, G. (2010). Diseño del sistema señalético e infografía virtual para la pontifica Universidad Católica del Ecuador, Sede Santo Domingo. Obtenido de Tesis.
ESPOCH: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/143>. Fecha de consulta: mayo de 2020
32. Umberto, Eco. Signo. Disponible en: http://www.catedranaranja.com.ar/taller2/notas_T2/Libro_Signo_Umberto_Eco.pdf. Recuperado 01.05.2020.

v. ANEXOS

Encuesta

	ENCUESTA	
<p>La presente encuesta se realiza con fines educativos para el Proyecto del Ejercicio Profesional Supervisado.</p>		
Genero	F <input type="checkbox"/>	M <input type="checkbox"/>
<p>Marca con un X tu respuesta. Gracias por contestar la siguiente encuesta.</p>		
1. ¿Sabes que es el covid-19?		
SI	<input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
2. ¿Sabes cómo se propaga el covid-19?		
SI	<input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
3. ¿Sabes sobre cómo evitar contagiarte?		
SI	<input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
4. ¿Sabes cuáles son los principales síntomas del covid-19?		
SI	<input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
5. ¿Cuentan con un botiquín de emergencias?		
SI	<input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
6. ¿Cuentan con un plan de emergencia ante cual eventualidad?		
SI	<input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
7. ¿Han realizado ejercicios de simulacros para enfrentar emergencias?		
SI	<input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
8. ¿Sabes cuantas salidas de emergencia existen en la empresa?		
SI	<input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>

Tabla 6: *Tablas comparativas*

Se presenta una comparación de las respuestas otorgadas por los encuestados.

1. ¿Sabes qué es el Covid-19?

SÍ	NO	EN BLANCO
20	0	0

2. ¿Sabes cómo se propaga el Covid-19?

SÍ	NO	EN BLANCO
19	0	1

3. ¿Sabes sobre cómo evitar contagiarte del Covid-19?

SÍ	NO	EN BLANCO
20	0	0

4. ¿Sabes cuáles son los principales síntomas del Covid-19?

SÍ	NO	EN BLANCO
19	1	0

5. ¿Cuentan con un botiquín de emergencias?

SÍ	NO	EN BLANCO
13	7	0

6. ¿Cuentan con un plan de emergencia ante cualquier eventualidad?

SÍ	NO	EN BLANCO
6	14	0

7. ¿Han realizado ejercicios de simulacros para enfrentar emergencias?

SÍ	NO	EN BLANCO
0	20	0

8. ¿Identificas cuántas salidas de emergencia existen en la empresa?

SÍ	NO	EN BLANCO
7	13	0

Universidad de San Carlos de Guatemala



Escuela de Ciencias de la Comunicación



Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

La presente entrevista se realiza con fines educativos para el desarrollo del Proyecto del Ejercicio Profesional Supervisado.

1. ¿En caso de eventualidades, *Publinews* cuenta con medidas para afrontarlas?

¿Sí? ¿Detállelos?

¿No? ¿Cuál es la razón por que no existen medidas de emergencia?

2. ¿Considera que es importante contar con señalizaciones adecuadas, claras y precisas dentro de las instalaciones? ¿Por qué?

3. ¿Cree usted que un instructivo y capacitaciones constantes serán de beneficio para salvaguardar la vida del personal?

4. ¿Qué medidas se utilizan para evitar el contagio del Covid-19?

5. ¿Qué medidas tomaran para incorporar a todo su personal en su área de trabajo?

6. ¿Cuentan con un presupuesto para la nueva readecuación del personal?

7. ¿Qué medidas de prevención piensan implementar para futuras emergencias?

Fotografías



(Instalaciones *Publinews*, 2020)



(Recepción, 2020)

ANTES



(Contabilidad, 2020)

DESPUÉS



(Contabilidad, 2020)

ANTES



(Cafetería, 2020)

DESPUÉS



(Cafetería, 2020)

ANTES



(Carteles de información sobre Covid-19, 2020)

DESPUÉS



ANTES



(Salida 1, 2020)

DESPUÉS



(Salida 1, 2020)

ANTES



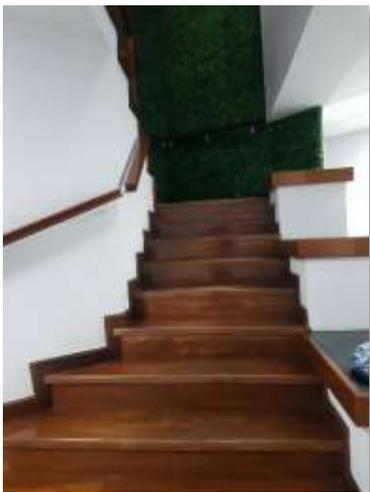
(Salida 2, 2020)

DESPUÉS



(Salida 2, 2020)

ANTES



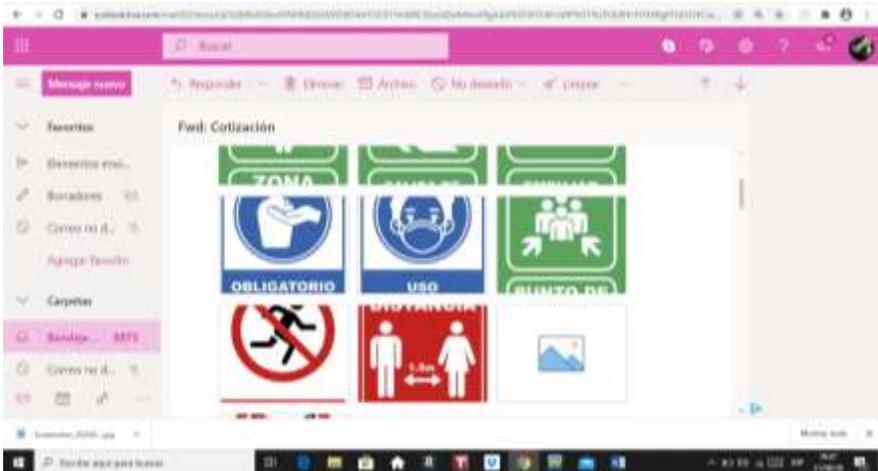
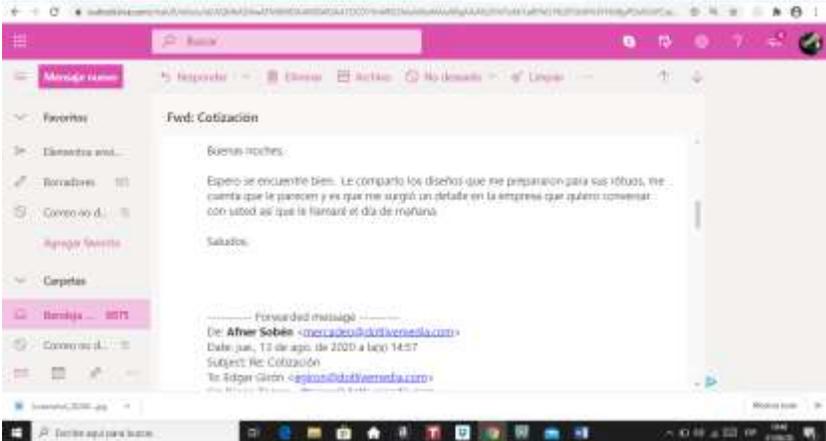
(Gradas, 2020)

DESPUÉS



(Gradas, 2020)

Bocetos



Cotizaciones



TEL: 2228-6763 E-MAIL: egiron@dotlivemedia.com
 DOT LIVE MEDIA, SOCIEDAD ANONIMA
 2.Calle "A" 15-51 Apartamiento "A" zona 14

COTIZACIÓN
 20534

FECHA: GUATEMALA, 09 DE JULIO DE 2,020			
CLIENTE: PENDIENTE		ATENCIÓN: Licda. ISEL HERNANDEZ	
DIRECCION: CIUDAD			
DESCRIPCION DE PRODUCTO	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	PRECIO TOTAL
Elaboración de pantalla de acrílico de 3 mm de espesor 100 cm de ancho y 60 cm de alto con laterales de 10 cm como se ilustra en la imagen adjunta para darle rigidez al producto y espacio para recibir o entregar documentos de 25 x 8 cm al centro y logo impreso en corte electrónico.	Q380.00	1	Q 380.00
Elaboración de rótulos en PVC de 3 mm diferentes diseños con dimensiones de 25 x 30 cm con corte electrónico	Q25.00	6	Q 150.00
CONSIDERACIONES: * Precio incluye instalación DE LA MAMPARA UNICAMENTE. * Pago contra entrega del producto ya sea efectivo, cheque o transferencia. * Facturación de pequeño contribuyente.			

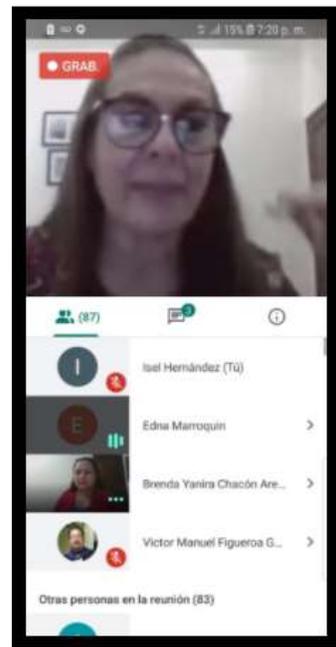
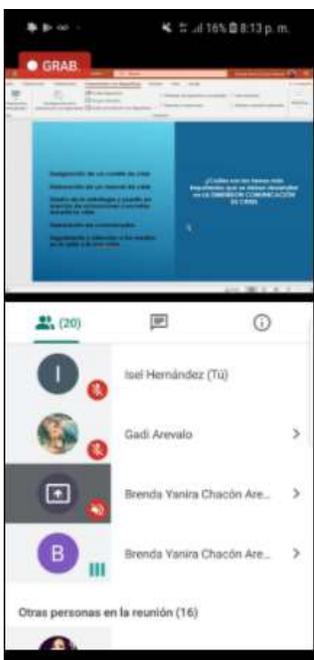
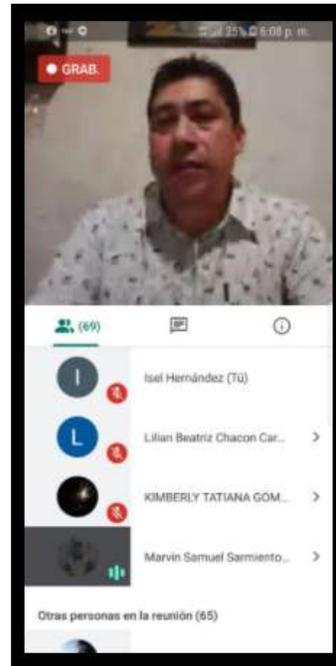
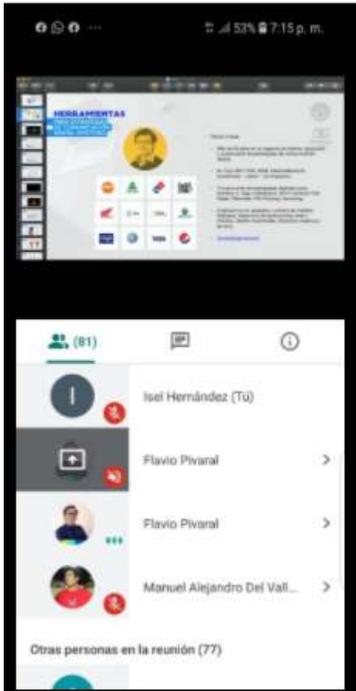
Cotización calida por 15 días.

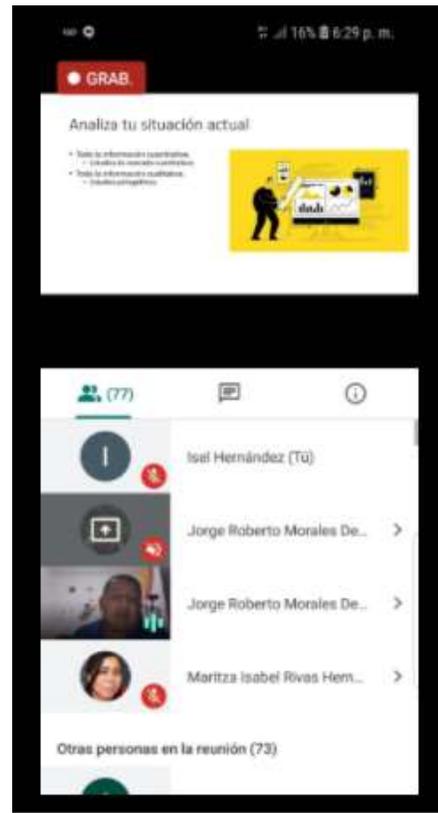
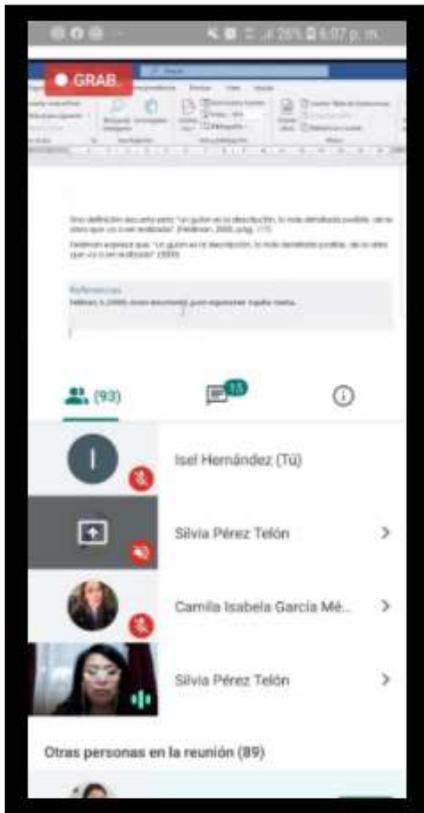
Los trabajos se inician solamente con la cotización aceptada y firmada por el cliente

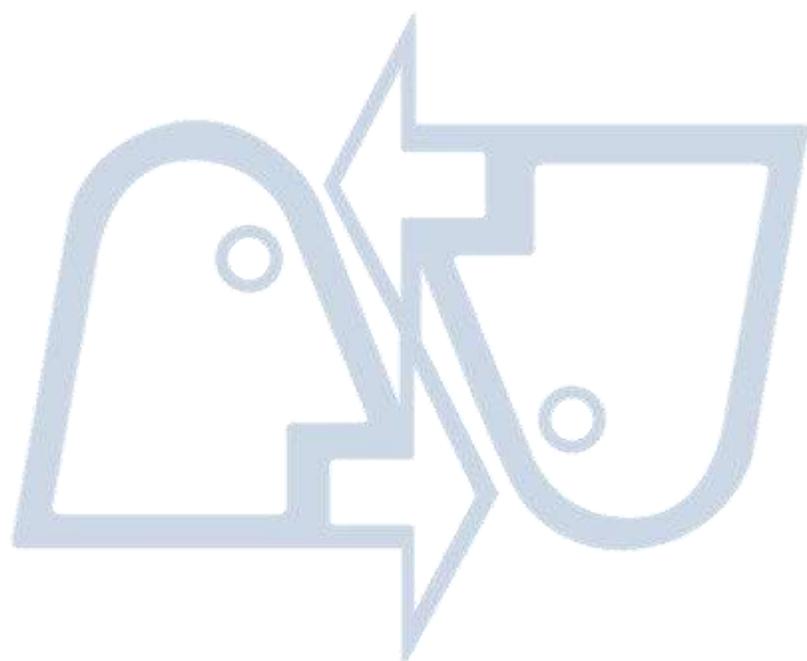
Si el pago es con cheque favor emitirlo a nombre de Diego Torres



Videoconferencias







Comunicación

creando futuro