

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

The seal of the University of San Carlos of Guatemala is a circular emblem. It features a central shield with a figure on horseback, a castle, and a lion. Above the shield is a crown. The shield is flanked by two columns. The outer ring of the seal contains the Latin text "OBIS CONSPICUA CAROLINA ACADEMIA COACTEMALENSIS INTER CETERAS".

**DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL
FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA
SECRETARÍA DE OBRAS SOCIALES -SOSEP- DE
ALTA VERAPAZ ANTE COVID-19**

Juan Mateo Xó Cucul

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, octubre 2020



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

**Diagnóstico y Estrategia de Comunicación para el fortalecimiento de la
Comunicación Interna de la Secretaría de Obras Sociales -SOSEP- de
Alta Verapaz ante COVID-19**

Juan Mateo Xó Cucul

Previo a optar por el título de:
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Asesora:

M. A. Evelyn 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 29 de mayo del 2020
EPSL-C29a-2020

Licenciada:
Ingrid Marilena Chabaloc
Directora de Recursos Humanos
SOSEP
Presente.

Distinguida Licenciada Chabaloc:

Por medio de la presente se solicita aceptar como practicante del programa de graduación del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, al estudiante **Juan Mateo Xó Cucul**, carné no. **200613880**, quién manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada de forma *virtual*, no *presencial*, 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 el estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico con *medios electrónicos o plataformas virtuales*, elaborar un plan y ejecutar una estrategia, que ayude al proceso de comunicación Interna o Externa de su institución.
- Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional –EPSL. cuando las condiciones sanitarias lo permitan por la emergencia Sanitaria actual por el COVID-19.
- Que se autorice el informe final de resultados de dicha investigación.

Atentamente,



"ID Y ENSEÑAD 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





Cobán, Alta Verapaz, 05 de Junio de 2020

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

Reciba un atento y cordial saludo en nombre de la Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente con sede en Cobán alta Verapaz, así como el mejor de los deseos en todas sus actividades.

El motivo de la presente es para dar por confirmada la realización del ejercicio de práctica supervisada por parte del estudiante Juan Mateo Xo Cucul con Carne No. 200613880 de la Carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Que se realizara en la Secretaria de Obras Sociales del Departamento de Alta Verapaz. Dichas prácticas se efectuaran por medios electrónicos y virtuales.

Agradeciendo de ante mano la atención a la presente, me despido de de usted rogando a nuestro Creador, derrame abundantes bendiciones en todo lo que realicen.

Atentamente,

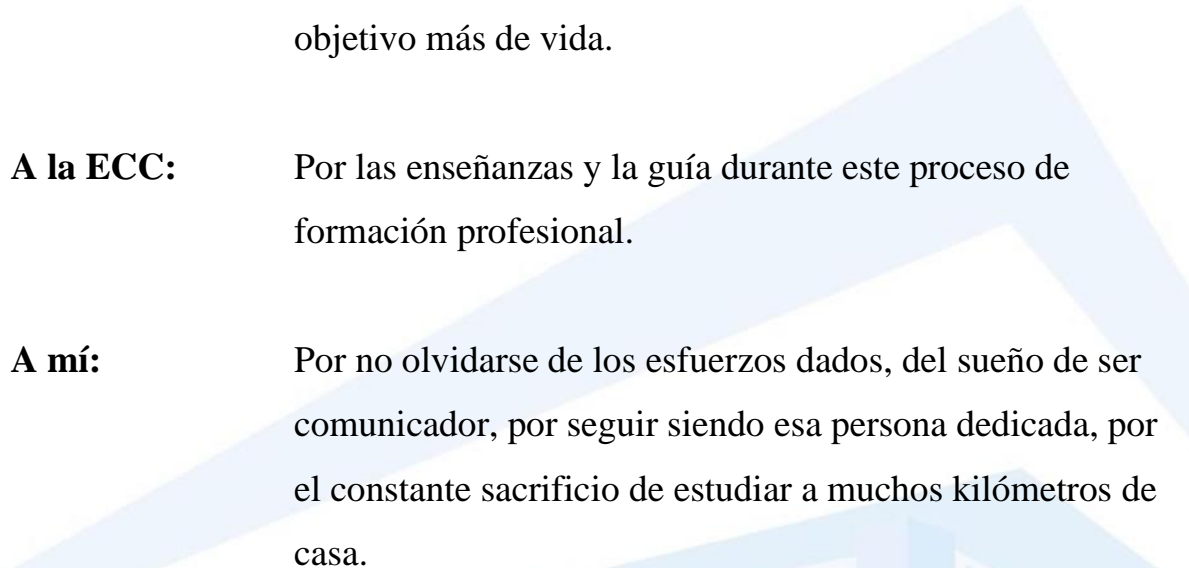
Licda. Iliana Andrea Milián G.
Directora Departamental
Sosep- Alta Verapaz
5410 0993





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

DEDICATORIA

- A Dios:** Por permitir dar por alcanzado un proceso más en el transcurso de mi vida.
- A mis padres:** Por su apoyo incondicional en toda mi vida.
- A mi mamá:** Cariñosamente, a pesar de ya no estar, por acompañarme al igual que mi madre en tantos desvelos y estar pendiente de mi (Abuelita Nat).
- A mis hijos:** Para demostrarles que el esfuerzo y perseverancia pueden ser un motor para el alcance de tus sueños.
- A la USAC:** Por permitirme desarrollarme profesionalmente y lograr un objetivo más de vida.
- A la ECC:** Por las enseñanzas y la guía durante este proceso de formación profesional.
- A mí:** Por no olvidarse de los esfuerzos dados, del sueño de ser comunicador, por seguir siendo esa persona dedicada, por el constante sacrificio de estudiar a muchos kilómetros de casa.
- 

AGRADECIMIENTOS

A la ECC-USAC: Por ser parte de una casa de estudios con una gran excelencia académica.

A mi mamá: Por acompañarme en tantas noches de desvelo, por estar en los momentos de alegría y tristeza, por tener ese amor de madre al igual que mi segunda madre (cariñosamente), a pesar de ya no estar, porque sé que celebra conmigo el logro (Abuelita Nat).

A mi persona ideal: Por demostrarme que se puede llegar a tener todo sin tener nada, que cada día es el comienzo de una nueva experiencia y la vida se ha hecho para disfrutarla con éxitos.

A mis amigos: Por estar en los momentos difíciles de la carrera y ser parte importante en el desarrollo de cada uno de los años de estudio, para aquellos que se quedaron y por los que siguen luchando por alcanzar un sueño más.

A todo aquel: Que, con sus consejos, ánimos y ayuda me motivó a seguir a pesar de las dificultades y problemas.

Índice

| | |
|--------------------------------|------------|
| I. INTRODUCCIÓN..... | I |
| II. ANTECEDENTES | III |
| III. JUSTIFICACIÓN..... | V |

CAPÍTULO 1

| | |
|--|----------|
| DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN | 1 |
| 1.1. LA INSTITUCIÓN | 1 |
| 1.2. PERFIL INSTITUCIONAL | 1 |
| 1.3. UBICACIÓN GEOGRÁFICA..... | 1 |
| 1.4. INTEGRACIÓN Y ALIANZAS ESTRATÉGICAS | 2 |
| 1.5. ORIGEN E HISTORIA..... | 2 |
| 1.6. DEPARTAMENTOS O DEPENDENCIAS DE LA INSTITUCIÓN | 3 |
| 1.6.1. Programa Hogares Comunitarios..... | 4 |
| 1.6.2. Programa Dirección de Mejoramiento de las Condiciones Socioeconómicas de la Mujer | 4 |
| 1.6.3. Dirección de Servicio Social | 5 |
| 1.6.4. Programa Nacional del Adulto Mayor “Mis Años Dorados” | 5 |
| 1.7. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA..... | 6 |
| 1.8. MISIÓN | 6 |
| 1.9. VISIÓN..... | 6 |
| 1.10. OBJETIVOS INSTITUCIONALES | 7 |
| 1.10.1. General..... | 7 |
| 1.10.2. Específicos..... | 7 |
| 1.11. PÚBLICO OBJETIVO | 8 |
| 1.12. DIAGNÓSTICO | 8 |
| 1.13. OBJETIVOS DE DIAGNÓSTICO..... | 9 |
| 1.13.1. General..... | 9 |

| | |
|---|----|
| 1.13.2. Específicos..... | 9 |
| 1.14. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS | 10 |
| 1.14.1. Observación..... | 11 |
| 1.14.2. Documentación..... | 14 |
| 1.14.3. Entrevistas de profundidad..... | 15 |
| 1.14.4. Encuestas..... | 17 |
| 1.15. INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS | 17 |
| 1.16. FODA | 28 |
| 1.16.1. Fortalezas..... | 28 |
| 1.16.2. Oportunidades | 28 |
| 1.16.3. Debilidades..... | 29 |
| 1.16.4. Amenazas..... | 29 |
| 1.17. PROBLEMAS DETECTADOS | 30 |
| 1.18. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA COMUNICACIONAL | 32 |
| 1.19. INDICADORES DE ÉXITO | 33 |
| 1.20. PROYECTO A DESARROLLAR | 33 |

CAPÍTULO 2

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN INTERNA DE LA SECRETARÍA

DE OBRAS SOCIALES -SOSEP- DE ALTA VERAPAZ

| | |
|---|----|
| 2. 1. DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN..... | 34 |
| 2. 2. OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA..... | 36 |
| 2.2.1. General..... | 36 |
| 2.2.2. Especifico | 36 |
| 2. 3. MISIÓN | 36 |
| 2. 4. VISIÓN..... | 36 |
| 2. 5. ELEMENTOS COMUNICACIONALES | 37 |
| 2.5.1. Comunicación..... | 37 |
| 2.5.2. Elementos de la comunicación | 37 |

| | |
|---|----|
| 2.5.3. Emisor..... | 37 |
| 2.5.4. Receptor..... | 38 |
| 2.5.5. Mensaje..... | 38 |
| 2.5.6. Diagnóstico..... | 38 |
| 2.5.7. Comunicación interna | 38 |
| 2.5.8. Comunicación de Crisis | 39 |
| 2.5.9. Canales de comunicación..... | 39 |
| 2.5.10. Estrategias de comunicación..... | 39 |
| 2.5.11. Departamento de Comunicación..... | 39 |
| 2. 6. ALCANCES Y LÍMITES DE LA ESTRATEGIA..... | 40 |
| 2.6.1. Alcances..... | 40 |
| 2.6.2. Límites | 40 |
| 2. 7. METODOLOGÍA PARA LA APLICACIÓN DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL | 41 |
| 2.7.1. Charlas y talleres interactivos para la creación del manual de funciones y estructura de la Dirección de Comunicación..... | 41 |
| 2.7.2. Capacitaciones virtuales | 41 |
| 2.7.3. Manuales de protocolos ante crisis..... | 41 |
| 2. 8. ACTIVIDADES PARA LA OPERATIVIDAD DE LA ESTRATEGIA | 41 |
| 2.8.1. Estrategia Departamento de Comunicación | 41 |
| 2.8.2. Estrategia de Fortalecimiento de personal uno a uno | 42 |
| 2.8.3. Estrategia de Diseño e Implementación de manuales de procedimientos y protocolos..... | 42 |
| 2. 9. CRONOGRAMA..... | 49 |
| 2. 10. FINANCIAMIENTO | 49 |
| 2. 11. PRESUPUESTO | 50 |
| 2. 12. BENEFICIARIOS..... | 51 |
| 2. 13. RECURSOS HUMANOS..... | 52 |
| 2. 14. ÁREAS GEOGRÁFICAS DE ACCIÓN | 52 |
| 2. 15. CUADRO COMPARATIVO DE LA ESTRATEGIA | 53 |

CAPÍTULO 3

| | |
|---|-----------|
| EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA | 54 |
| 3. INFORME DE LA EJECUCIÓN..... | 54 |
| 3.1 . ESTRATEGIA DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN..... | 54 |
| 3.1.1. <i>Objetivo de la Actividad</i> | 54 |
| 3.1.2. <i>Medio Utilizado</i> | 55 |
| 3.1.3. <i>Área geográfica de impacto</i> | 55 |
| 3.1.4. <i>Presupuesto en esta acción</i> | 55 |
| 3.1.5. <i>Comprobación del Material</i> | 56 |
| 3.2 . ESTRATEGIA DE FORTALECIMIENTO DE PERSONAL UNO A UNO..... | 57 |
| 3.2.1. <i>Objetivo de la Actividad</i> | 57 |
| 3.2.2. <i>Medio Utilizado</i> | 57 |
| 3.2.3. <i>Área geográfica de impacto</i> | 58 |
| 3.2.4. <i>Presupuesto en esta acción</i> | 59 |
| 3.2.5. <i>Comprobación del Material</i> | 59 |
| 3.3 . ESTRATEGIA DE DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE MANUAL DE PROCEDIMIENTOS Y PROTOCOLOS | 63 |
| 3.3.1. <i>Objetivo de la Actividad</i> | 63 |
| 3.3.2. <i>Medio Utilizado</i> | 63 |
| 3.3.3. <i>Área geográfica de impacto</i> | 63 |
| 3.3.4. <i>Presupuesto en esta acción</i> | 64 |
| 3.3.5. <i>Comprobación del Material</i> | 65 |
| 3.4 . PROGRAMACIÓN Y CALENDARIZACIÓN | 66 |
| 3.5 . CONCLUSIONES..... | 68 |
| 3.6 . RECOMENDACIONES | 69 |
| | |
| IV. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS / E GRAFÍAS..... | 70 |
| REFERENCIAS | 70 |
| E GRAFÍAS. | 72 |

| | |
|-------------------------------------|-----------|
| V. ANEXOS: | 75 |
| ANEXO 1 ENCUESTAS ONLINE | 75 |
| ANEXO 2 FORMATO DE ENTREVISTA..... | 76 |
| ANEXO 3 FOTOGRAFÍAS..... | 76 |
| ANEXO 4 COTIZACIONES | 78 |
| ANEXO 5 BOCETOS | 79 |
| <i>Manuales</i> | 79 |
| <i>Invitaciones virtuales</i> | 80 |
| ANEXO 6 VIDEOCONFERENCIAS | 81 |



I. Introducción

La comunicación es uno de los procesos de mayor recurrencia del ser humano por medio del cual se establecen procesos sociales, adquisición de conocimientos, interacciones y relaciones humanas. La comunicación es un proceso por medio del cual el ser humano exterioriza todo tipo de pensamiento y sentimiento.

El ser humano ha tenido la necesidad de comunicar, logrando con ello el desarrollo social y económico del entorno y, para su buen desarrollo. Es necesario conocer los diferentes elementos que nos llevan a un proceso acorde al contexto, los cuales también son utilizados por las grandes instituciones que están en la necesidad de crear una comunicación emocional efectiva con su público.

Para poder desarrollar un sistema estratégico de calidad, se debe de implementar diagnósticos comunicacionales que permitan detectar falencias o fallas en la estructura de la institución y, en el desarrollo de la comunicación. La comunicación organizacional en las empresas se divide en externa e interna. La medición de la efectividad de cada una se logrará mediante un diagnóstico y así, verificar si las estructuras o sistemas de comunicación están acordes a los objetivos y filosofías de la institución.

El trabajo de investigación presentado, recopila una serie de pasos que permiten la aplicación de una fase diagnóstica en cualquier institución. Estos pasos pretenden investigar si el funcionamiento tanto interno como externo esta llevado por una estrategia definida. Hasta el planteamiento del problema si existiera, identifica indicadores de logro para poder darle una solución factible a los problemas encontrados.

Por lo anterior, la metodología será destinada a la obtención de datos tanto de forma cualitativa como cuantitativa, implementando para ello herramientas que permitan una recolección de datos de manera confiable y sin injerencia subjetiva del autor. Se determina como una investigación documental, utilizando la metodología descriptiva en su proceso.

La investigación presenta una serie de estrategias para el fortalecimiento de la comunicación institucional, siendo para ello la comunicación interna un eje primordial en el desarrollo de procesos comunicativos o de información de la institución ante crisis sanitaria por COVID-19.

II. Antecedentes

La construcción de investigaciones académicas relacionadas a la Secretaría de Obras Sociales -SOSEP- de Alta Verapaz, marca un precedente con relación a la institución. Según Salazar (2007), en su trabajo de investigación de pregrado académico, presenta el papel que desempeña la trabajadora social en el programa Hogares Comunitarios (área metropolitana), dando a conocer datos de creación, estructura y funcionamiento de la institución y de los programas que fueron diseñados para suplir las necesidades de la población en pobreza y extrema pobreza.

Vitola (2006), mediante el Análisis de la Función de la Secretaría de Coordinación Ejecutiva de la Presidencia, en el Fortalecimiento del Sistema De Consejos de Desarrollo Urbano y Rural (Tesis pregrado). Determina la institucionalidad de cada una de las Secretarías Ejecutivas, amplía y refuerza las funciones, objetivos y fines de estas, logrando una apertura al desarrollo de investigaciones en instituciones del Organismo Ejecutivo.

Arredondo Cospín (2006) presenta la Creación de un Departamento de Comunicación en la Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia (SEGEPLAN) en su Tesis de pregrado. Indica la importancia que esta representa para el perfecto funcionamiento del proceso comunicativo, dejando apreciar los principales beneficios en cuanto a comunicación interna y externa mediante una sistematización estratégica de los procesos comunicacionales.

Dentro de la institución no se poseen estudios con relación a sistemas de comunicación, diagnósticos de comunicación. La SOSEP de Alta Verapaz, no posee aún un sistema de comunicación estructurada; la información, lineamientos y directrices a seguir son procedentes de la oficina central, limitando en gran medida el alcance de objetivos institucionales y el desarrollo de programas sociales que vienen a ayudar a esa población en pobreza y extrema pobreza del departamento.

La SOSEP de Alta Verapaz ejecuta programas sociales y comunitarios de desarrollo mediante la vinculación con las diferentes dependencias del estado, quienes juntamente con ella desarrollan campañas en las cuales se pueden notar la utilización de la llamada Responsabilidad Social Empresarial. Se promueve nacionalmente estrategias educativas de desarrollo local, de salud, estas son estrategias de comunicación desarrolladas y planificadas por la Secretaría de Comunicación Social, no reflejan los sistemas regionales o departamental en un 100 %.

La ejecución de programas de proyección social, es una parte fundamental de la institución, de ella se desprende la mayor cantidad de información vertida en las redes sociales nacionalmente. Cada programa presenta su propia estructura, funciones, objetivos, pero todas regidas por la SOSEP sede central, la cual no le permite la proyección social de manera departamental por la falta de recursos tanto humano como económico.

La poca seriedad de las diferentes instituciones regionales o departamentales con relación a temas de comunicación es un factor limitante en el desarrollo de cualquier tipo de investigación. Logrando con ello la poca información o trabajos de investigación relacionados a los diferentes sistemas de comunicación interna o externa en sedes departamentales gubernativas o en instituciones regionales o de la localidad.

III. Justificación

Ante la crisis sanitaria por pandemia por COVID-19 en la República de Guatemala, el estado mediante Acuerdo Gubernativo No. 05-2020 acuerda declarar “Caso de Calamidad Pública por COVID-19” en todo el territorio nacional (Ejecutivo 2020). Mediante el Acuerdo Gubernativo No 06-2020 se realizan las “modificaciones y ampliaciones” al estado de calamidad ante emergencia sanitaria en toda la república (Ejecutivo 2020).

La Universidad de San Carlos de Guatemala mediante el Consejo Superior Universitario - CSU-, hace latente la creación de un Plan De Contingencia por la emergencia en el país debido a la Pandemia por el nuevo Coronavirus (COVID-19). Creando así, lineamientos y medidas de prevención que garanticen sobre todas las cosas, la salud, integridad y estabilidad económica de la comunidad estudiantil y empleados.

El CSU regulariza la continuidad de las actividades académicas, determinando los mecanismos a utilizar durante el Ejercicio Profesional Supervisado, adaptando la modalidad virtual durante los procesos que el ejercicio requiera. El comunicador posee una responsabilidad social al ser un agente de cambio siempre al servicio de la población y sus necesidades para garantizar un sistema de comunicación acorde a las necesidades actuales.

Los procesos comunicativos y toda actividad administrativa sufren un nuevo modelo y requiere de una nueva vía de comunicación y de manejo ya que la pandemia viene a obligar el distanciamiento social y cierre de negocios de manera presencial. Las empresas denotan un sistema de respuesta nula y la comunicación presenta una variedad ante una crisis que se hace notoria y necesaria, brindando a los usuarios una serie de alternativas existentes y tecnológicas, pero poco utilizadas.

Watzlawick, P., Beavin, J. y Jackson, D. (1991) indican que la comunicación puede referirse a cualquier elemento que sea comunicable al margen de que la información sea verdadera o falsa, valida, no valida o indeterminable, otorgándole al mismo proceso de comunicación,

factores internos y externos que generen las características descritas anteriormente, logrando con ello un proceso de doble vía que genere un estímulo y respuesta.

El proceso comunicativo presenta una serie de elementos que interactúan entre sí en una determinada realidad y, para el estudio de estos, es necesario crear métodos de comunicación que estudien los grados de relación e importancia que cada uno posee dentro de dicho proceso. Se abordará un modelo y una teoría de comunicación identificando en ellas su uso y cómo estas pueden ayudar al desarrollo de dicho estudio.

Modelo de Laswell, este modelo está regido al estudio de la relación que existe entre emisor y receptor, mediante una serie de preguntas, siendo estas: Quién dice qué, por qué canal, a quién y con qué efectos. Rodrigo (1995) indica que para este modelo la pregunta sobresaldrá y dominará las aproximaciones de la sociología a la comunicación y será la que hace referencia a los efectos.

La teoría propuesta por Marshall McLuhan “El medio es el mensaje”, se basa en la premisa de otorgarle a un tiempo determinado un medio masivo que será tomado como un referente de actuación y hasta de comportamiento social individual, colectivo o global. Por medio del cual la interactividad social es de manera remota dejando procesos de comunicación primitivos en segundo plano y desarrollando para si un sistema de Aldea Global, tomando en cuentas a la comunicación, la tecnología y a la sociedad (Pérez, 2012).

Estos dos procesos de comunicación, tanto en el modelo como en la teoría se puede observar el tipo de comunicación interna y externa que la empresa pueda poseer para el desarrollo comunicacional, abriendo puertas para la vanguardia en la implementación de la tecnología actual, posicionando a la institución o empresa como pionera en el desarrollo de comunicación alternativa.

Velasco et al. (2007) indica que la comunicación interna no solo puede ser utilizada para el envío de información al interior, sino que se puede analizar y estudiar la respuesta o reacción que genera en los empleados con la finalidad de crear estrategias adecuadas para el desarrollo

de la comunicación. Corresponde entonces a la comunicación externa el análisis del entorno general y específico de la empresa para la creación de estrategias que generaran una respuesta comunicacional al momento de ocurrir alguna crisis.

Ante la pandemia COVID-19, se hace necesaria la implementación de estrategias comunicativas que afronten la crisis sanitaria y apoye a las empresas al desarrollo económico, empresarial e intelectual tanto de sus empleados como de sus clientes o usuarios.

La correcta utilización de la comunicación interna para informar al entorno específico de la empresa y la comunicación externa para el entorno general, realiza una gestión de comunicación para la preservación de la imagen y la reputación de la institución ante una crisis. Piazzo (2012), define como el enfrentamiento a problemas que están fuera de la normalidad a todo aquello llamado “Crisis”, plantea tres acontecimientos que provocan una crisis en la empresa, siendo ellos: el entorno de las relaciones sociales, entorno de las relaciones humanas y las relaciones de comunicación. Sobresale ante la pandemia de COVID-19 el entorno de las relaciones humanas de manera externa e interna provocando estados de alarma y crisis que afecta directa o indirectamente a la institución.

La era digital desempeña un papel importante ante el desarrollo de una comunicación interna y externa estratégica para la gestión de comunicación, preservación de imagen y reputación de la institución ante la crisis. Toda institución ve necesaria la utilización de la tecnología, la comunicación y la interacción de la misma sociedad, para darle a lo que McLuhan denominó como teoría del Medio (mensaje mediante el uso de redes sociales y las aldeas globales).

El uso de Redes Sociales de manera comercial cada vez es de mayor demanda, así, las principales ventajas de trabajar una cuenta de *Facebook* institucional como medio comercial son: por medio de la red social se pueden llegar a un mayor grupo de personas. Es una plataforma social creativa de alto impacto, gratuita e interactiva para ampliar las relaciones públicas y el reconocimiento, sin dejar a un lado la Responsabilidad Social Empresarial.

El desarrollo de un Diagnóstico Comunicacional a instituciones del municipio de Cobán es de total importancia para conocer el grado de importancia de la Comunicación y el reconocimiento de valores empresariales. El fomentar la filosofía empresarial es una actividad que desarrolla un buen diagnóstico y, de esta manera, incursionar en la economía local y regional, teniendo la misma capacidad de captación del grupo objetivo que cualquier otra empresa.

El Diagnóstico de Comunicación de la Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente -SOSEP- de Alta Verapaz, abre una puerta para la incursión al desarrollo de estrategias comunicacionales en un ambiente de crisis y para la escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala en un sólido terreno para el estudio de casos, logrando reconocer la labor del Comunicador Social, generando soluciones en tiempos de crisis institucional.

Para la sociedad cobanera representa un punto de partida el reconocimiento de la gestión comunicacional, desarrollando estrategias que logren afianzar la imagen y reputación de las diferentes empresas o instituciones. Utilizar un sistema de comunicación interna y externa dentro de la vida mercadológica, de comunicación, servicio y empresa, crea una competencia con igualdad de oportunidades para el crecimiento institucional ante la sociedad.

Capítulo 1

Diagnóstico de Comunicación

1.1. La Institución

Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del presidente – SOSEP – de Alta Verapaz.

1.2. Perfil institucional

La Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente -SOSEP-, orienta sus esfuerzos al desarrollo integral de las familias en condición de pobreza y pobreza extrema, especialmente del área rural, mediante la implementación de acciones en salud, educación, promoción del desarrollo económico comunitario, seguridad alimentaria y nutricional, para lograr una nueva generación de guatemaltecas y guatemaltecos sanos, con mayores oportunidades para alcanzar mejor calidad de vida.

1.3. Ubicación geográfica

Oficina departamental ubicada en la 5ª. Avenida 3-66 zona 3 de la Ciudad de Cobán, Alta Verapaz, ubicado a 214 km de la Ciudad Capital, con una población departamental en área urbana de: 379,708 habitantes y 835,330 habitantes en área rural. Según nuevo estudio de censo de la población y vivienda 2018 del Instituto Nacional de Estadística Guatemala en el cual se puede consultar datos estadísticos (Portal Resultados del Censo 2018, 2019), el departamento presenta una población de origen lingüístico maya mayormente en las áreas rurales, idioma predominante el Q'eqchi', con un desarrollo económico a base de cardamomo, café, agricultura, ganadería entre otros.

La Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente -SOSEP- cuenta con 24 sedes departamentales, las cuales son dirigidas por medio de Direcciones Departamentales, que

están bajo la responsabilidad directa de la SOSEP a nivel nacional. La dirección departamental cuenta con 34 colaboradores entre directora departamental, secretarías, directores de programas, supervisores, personal administrativo, personal operativo, personal técnico pedagógico y profesional.

1.4. Integración y Alianzas estratégicas

Se determina que todas las dependencias del Sector Público, están obligadas a prestar colaboración a la Secretaría de Obras Sociales, con las cuales desarrollará estrategias para el cumplimiento de los objetivos, funciones y atribuciones que a esta institución sean designadas, creando así alianzas estratégicas con dependencias estatales (Ejecutivo, 1994).

Las integraciones estratégicas son de carácter social con diferentes instituciones que poseen una Responsabilidad Social Empresarial y la ejecutan mediante programas sociales. Los datos de las integraciones y alianzas estratégicas tienen reserva de publicación por cuestiones de la SOSEP y la Dirección de Comunicación Social (A. Milian, Comunicación Personal, 12 de junio de 2020).

1.5. Origen e Historia

Según Vitola (2006), las secretarías son órganos administrativos, dependientes del Presidente de la República, presididos por un secretario y creadas para brindarle apoyo en funciones conferidas por ley. Se encuentran reguladas por los Artículos 202 de la Constitución Política de la República de Guatemala y 8 de la Ley del Organismo Ejecutivo.

Para su creación, la legislación guatemalteca propone dos mecanismos: la utilización de la Constitución Política de la República de Guatemala así también, la ley ordinaria. Queda establecido que el presidente podrá solicitar las secretarías que considere necesarias, pero será la ley quien indique cuáles serán sus funciones para su actuación. Es así que, las de origen constitucional son creadas por la Constitución Política de la República; las de origen

legislativo son resultado de leyes ordinarias y; las de origen presidencial, las creadas por acuerdos gubernativos.

La SOSEP fue creada por medio del Acuerdo Gubernativo Número 893-91 de fecha 22 de noviembre de 1991 (Ejecutivo, 1991). Para su función se estableció el reglamento de la Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente de la Republica, mediante el Acuerdo Gubernativo Número 351-94 de fecha 14 de julio de 1994 (Ejecutivo, 1994), en la cual regula el funcionamiento de dicha Secretaría mediante Disposiciones Generales, concediéndole atribuciones, objetivos, coordinación y campo de actividad.

Implementa una estructura administrativa con la cual se aprueba, modifica y evalúan planes y programas de trabajo que benefician a sectores en situación de pobreza y extrema pobreza, tanto en áreas urbanas como en rurales de todo el país. Según Salazar (2007), la Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente maneja una serie de programas en sede central en beneficio de la población en pobreza y extrema pobreza siendo estos: Promujer – Becas, Creciendo Bien, Hogares Comunitarios, Programa de Prevención y Erradicación de la Violencia Intrafamiliar (PROPEVI), Programa Nacional del Adulto Mayor (PRONAM), Amigos de la Escuela, Desarrollo Comunitario, Servicio Social y Donaciones estos programas funcionando desde 2007, estas con el paso de los años y la debida reestructuración han sufrido modificaciones en los nombres de programas como de sus objetivos.

Actualmente en la Dirección Departamental de SOSEP de Alta Verapaz se manejan los siguientes programas: Servicio Social, Hogares Comunitarios, Mis Años Dorados y Dirección del Mejoramiento de la Condición Socioeconómica de la Mujer (A. Milian, Comunicación Personal, 12 de junio de 2020).

1.6. Departamentos o dependencias de la Institución

Dentro de la sede departamental se encuentran las siguientes dependencias, unidades o departamentos; Dirección del mejoramiento de las condiciones socioeconómicas de la mujer, Hogares Comunitarios, Servicio Social, Mis Años Dorados.

1.6.1. Programa Hogares Comunitarios

El Programa de Hogares Comunitarios beneficia a niños y niñas de 0 a 6 años, hijos de madres de escasos recursos, proporcionándoles alimentación y servicios de educación inicial y preprimaria; permitiendo la incorporación de la madre de familia en actividades productivas generadoras de ingresos económicos.

a) Bienes y/o servicios que entrega a la población beneficiaria

Alimentación complementaria

Educación inicial y Preprimaria

Salud Preventiva

Seguridad

Recreación

Formación de valores

1.6.2. Programa Dirección de Mejoramiento de las Condiciones Socioeconómicas de la Mujer

El programa está dirigido a mujeres del área rural, en condiciones de pobreza y extrema pobreza, con el objetivo de contribuir al mejoramiento de la Seguridad Alimentaria y Nutricional –SAN-, a través de la conformación de Unidades Productivas, articulando esfuerzos públicos y privados para promover el desarrollo socioeconómico de las familias y comunidades guatemaltecas vulnerables. Centra su atención en mujeres comprendidas en las edades de 14 a 59 años en edad reproductiva y tiene presencia en los 22 departamentos de la República.

a) Bienes y/o servicios que entrega a la población atendida

Asistencia técnica en proyectos productivos

Capacitación en Seguridad Alimentaria

Gestiones para la participación en eventos de promoción y comercialización

Asistencia técnica para la gestión de microcréditos

1.6.3. Dirección de Servicio Social

La Dirección de Servicio Social fue creada con el objetivo de contribuir a mejorar las condiciones de vida de la población guatemalteca en situación de pobreza y extrema pobreza, proporcionándole asistencia en salud, promoviendo mecanismos de atención focalizada y concreta para el manejo de la morbilidad y la discapacidad de la población en condición más vulnerable del país.

a) Bienes y/o servicios que entrega a la población atendida.

Dotación de productos ortopédicos, tratamientos médicos y otros servicios sociales
Jornadas médicas

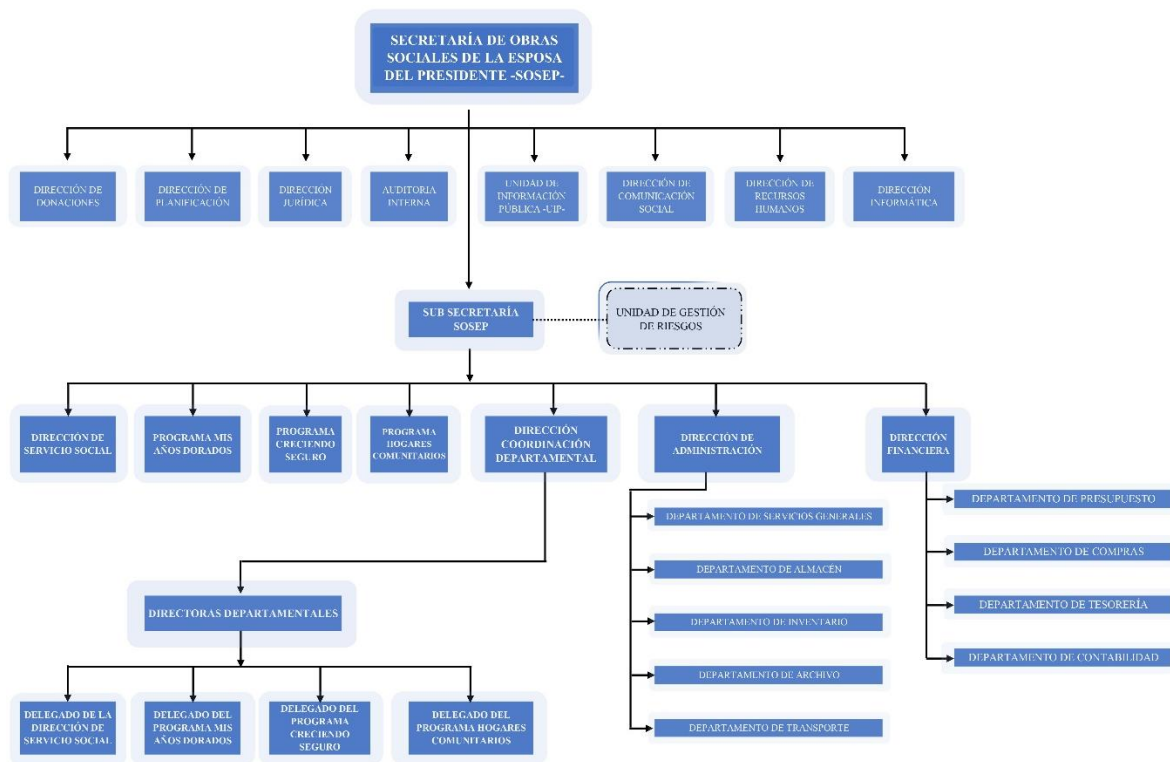
1.6.4. Programa Nacional del Adulto Mayor “Mis Años Dorados”

El programa fue creado para la atención de las personas mayores de 60 años en condición de pobreza y extrema pobreza con la finalidad de respetar y promover sus derechos humanos, facilitándoles servicios de atención para mejorar su calidad de vida y reducir la brecha generacional.

a) Bienes y/o servicios que entrega a la población atendida

Alimentación
Terapia Física
Atención primaria en salud
Apoyo Psicológico
Terapia Ocupacional
Alfabetización

1.7. Organigrama de la Empresa



Fuente: Elaboración propia

1.8. Misión

Contribuir al desarrollo integral de las familias en condición de pobreza y pobreza extrema, especialmente del área rural, mediante la implementación de acciones en salud, educación, promoción del desarrollo económico comunitario y seguridad alimentaria y nutricional, para lograr una nueva generación de guatemaltecas y guatemaltecos sanos, con mayores oportunidades para alcanzar mejor calidad de vida.

1.9. Visión

Ser una institución pública reconocida a nivel nacional por su capacidad de brindar apoyo social de calidad a las familias en condición de vulnerabilidad, gestora de esfuerzos

compartidos entre el sector público, privado, la sociedad civil y la cooperación nacional e internacional, para promover el desarrollo del capital social del país.

1.10. Objetivos institucionales

1.10.1. General

Impulsar o implementar programas de carácter social que beneficien a la niñez, a la familia y a la comunidad en general (Ejecutivo, 1994).

1.10.2. Específicos

Brindar apoyo a sectores vulnerables de la población, principalmente a niñez, adulto mayor y mujeres.

Contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de la población más vulnerable del país a través de la ejecución de acciones en el área de salud, educación inicial y preprimaria, seguridad alimentaria y nutricional y atención integral al adulto mayor.

Articular esfuerzos de cooperación con instituciones públicas, privadas y de cooperación internacional, para proveer ayuda social a la población en situación de vulnerabilidad.

Contribuir al alcance de los objetivos planteados en la Estrategia para la Reducción de la Desnutrición Crónica y en el Plan Nacional de Desarrollo, K'atun: Nuestra Guatemala 2032.

Fortalecer las capacidades técnicas y operativas del personal de SOSEP a fin de garantizar el adecuado cumplimiento de sus funciones y proveer servicios eficientes y eficaces a la población beneficiaria.

1.11. Público objetivo

La Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente -SOSEP- de Alta Verapaz, mediante sus diferentes programas beneficia a:

- Niños y niñas de 0 a 6 años, hijos de madres de escasos recursos.
- Mujeres del área rural, comprendidas entre las edades de: 14 a 59 años, en edad reproductiva.
- Personas mayores de 60 años.
- Población con discapacidad.

Todos los beneficiarios en condiciones de pobreza y pobreza extrema, son seleccionados por medio de estudio socioeconómico.

Hogares Comunitarios posee 605 beneficiarios en Alta Verapaz pertenecientes a 20 Hogares Comunitarios.

Dirección de Mejoramiento de las Condiciones Socioeconómicas de la Mujer atiende a 1,074 mujeres.

Dirección de “Mis Años Dorados” tiene registrados a 176 beneficiarios.

Servicio Social no contabiliza registros de beneficiarios fijos y sin obtención de datos ya que su estrategia es la realización de jornadas medicas al público en general, donde varían los beneficiarios por el tipo de jornada.

1.12. Diagnóstico

Según Bruno D. (2016), es una estrategia de producción de conocimientos acerca de una determinada realidad orientada por la voluntad de cambiar esa realidad. Es la manera de diferenciar los elementos de una determinada situación ubicando así, los principales

problemas que afectan las vías de acción de determinada situación. Es importante resaltar la importancia de un buen diagnóstico, logrando determinar los factores que influyen en el desarrollo de una planificación y por lo consiguiente en el desarrollo o alcance de metas u objetivos.

El diagnóstico es el proceso metodológico que identifica las necesidades latentes en el ámbito comunicacional, se identifica por medio de las diferentes técnicas e instrumentos de evaluación que la misma presenta para su desarrollo. Al hablar de evaluación, nos referimos al conocimiento de los sistemas de comunicación y cómo estos son analizados y tomados en cuenta para el proceso mismo. Se debe tener el conocimiento sobre comunicación con su entorno y cómo esta puede ser evaluada para su análisis óptimo; la estructura interna del proceso comunicacional es de suma importancia al momento de una evaluación objetiva.

1.13. Objetivos de Diagnóstico

Según Rosales (2020) los objetivos deben evaluar los procesos y sistemas de comunicación existentes o inexistentes dentro y fuera de la institución, evaluar contenido, prácticas de comunicación y determinar las estructuras formales e informales de la institución con sus diferentes canales de comunicación existentes.

1.13.1. General

Explicar cómo se están dando a cabo los procesos de comunicación de la SOSEP, durante los tres primeros meses de crisis sanitaria por COVID-19.

1.13.2. Específicos

Identificar qué medios de comunicación externa utiliza la SOSEP durante el día, para la divulgación de información ante crisis sanitaria en el departamento de Alta Verapaz.

Describir el funcionamiento de los tipos de comunicación interna mediante sondeos o entrevistas a empleados de la SOSEP en el contexto de la pandemia, COVID-19.

Analizar el uso y flujo de información de la SOSEP por medio de los canales de comunicación interna formales e informales habilitados por pandemia COVID-19.

1.14. Técnicas de recolección de datos

Para (Hernández Sampieri, 2014, p. 569) es la manera por la cual el investigador recopila información mediante la utilización de instrumentos diseñados por medio de las diferentes técnicas, en la cual se debe de realizar un reporte con la clasificación de datos obtenidos.

Es así que, los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta para realizar inferencias producto de toda la información recabada (meta inferencia) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández Sampieri, 2014, pp. 532-534)

Corbetta P. (2007) propone una metodología mixta para el desarrollo de características cualitativas y cuantitativas que en el transcurso de la investigación necesita una de otra o se transforma por medio del uso de las técnicas o herramientas de recolección de datos.

Se plantea un tipo de investigación mixta con la cual se requiere una profundización en lo teórico, un gran conocimiento de lo planteado para el desarrollo de la investigación misma. Se desarrollará cada conjunto de procesos secuenciales como también, los temas significativos provenientes del proceso investigativo.

La investigación utilizada es documental, mediante la recopilación de información. El método descriptivo, permite describir un fenómeno o situación dada; y las técnicas de recolección de datos serán:

| Técnicas | Enfoque | Enfoque de la investigación |
|---------------|----------------------------|-----------------------------|
| Observación | Cualitativo | Mixto |
| Documentación | Cualitativo | |
| FODA | Cualitativo / Cuantitativo | |
| Entrevista | Cualitativo / Cuantitativo | |
| encuesta | Cuantitativo | |

Fuente: Elaboración propia

1.14.1. Observación

Hernández Sampieri (2014) la cataloga como el registro sistemático, válido y confiable de situaciones y comportamientos que se presentan en un estudio, investigación o situación dada, esta puede optar por un enfoque cualitativo o cuantitativo.

1.14.1.1. Observación no participativa

Es aquella en la cual el sujeto o situación estudiada no produce una interacción con el observador, suele ser no participativa, se puede realizar monitoreos y procesos en curso y poder evaluar así, el desarrollo de la situación.

Por motivos de pandemia por COVID-19 y sugerencia del Consejo Superior Universitario CSU- se llevó una observación de manera Online, en la cual se pudo identificar los medios de comunicación externa utilizada por la SOSEP para la divulgación de información, determinando la no retroalimentación hacia los comentarios generados en dichas plataformas, degenerando las relaciones públicas y la imagen institucional de la organización. Se constata que se desarrollan actividades de comunicación externa, aunque la mayoría de ellas era simplemente una réplica de la institución que la rige.

1.14.1.2. Observación simple

Se identificó que el uso de los medios de comunicación externa institucionales es única y exclusiva de la SOSEP conjuntamente con la Dirección de Comunicación Social sede

nacional y esta posee una política de publicación muy restringida para Direcciones Departamentales, dejando una brecha de relaciones públicas o manejo inadecuado de la información para la población altaverapacense.

No utiliza comunicación externa en relación a medios de comunicación convencionales. Para la comunicación interna y desarrollo de un proceso de comunicación digital efectivo se ha utilizado la aplicación *WhatsApp* y Correo electrónico institucional como canal de comunicación, se utiliza de igual manera, memos, oficios y circulares.

Durante el estado de la pandemia, se ha desarrollado una comunicación interna sólida o estructurada, la comunicación externa no es de notoriedad, ya que la creación de material gráfico e informativo depende de la institución central. Los canales de comunicación de manera externa son muy escasos y aquellos que se poseen, no responden a las necesidades del público objetivo, no demuestran o registran una interacción en relación a publicaciones, respuestas y no generan la obtención de información.

Durante los meses de abril, mayo y junio, no se ha generado una comunicación externa de manera orgánica, el desarrollo de la comunicación solo es replicada de información generada por la institución central. La elaboración de materiales, recursos inéditos o departamentales no es una prioridad. La comunicación externa operativa no es bien desarrollada, dejando olvidados a los usuarios y no proveyéndoles de la suficiente información actualizada.

La comunicación externa estratégica no se ve reflejada en ninguna de las acciones realizadas durante la pandemia. No se desarrollan actividades o estrategias para elevar el nivel competitivo de la institución, se posee la definición, mas no se aplica una alternativa de comunicación para desarrollarla, no logrando los beneficios planteados con objetivos estratégicos.

Durante la crisis sanitaria se puede observar la poca utilización de un sistema estratégico de comunicación. No se posee una comunicación corporativa definida, la comunicación interna se mantiene fortalecida en su clima laboral, en la gestión de la información y los canales de

información, presentan una adecuación ya que la manera de comunicación es por medio de *WhatsApp* para solicitud de información básica y el correo electrónico a manera institucional (A. Milian, Comunicación Personal, 12 de junio de 2020).

Se posee una página institucional en redes sociales con una comunidad virtual de más de 24 mil 867 seguidores. Se identificaron los tipos de comunicación externa que la SOSEP utiliza, siendo la Operacional, Estratégica y la de Notoriedad, no se cuenta con una unidad de comunicación social la cual realice procesos de comunicación de manera departamental.

El uso de redes sociales para la interacción con su público objetivo no está entre sus prioridades a nivel departamental. Ante la crisis sanitaria que presenta el país, algunas redes sociales se han vuelto el medio para el desarrollo del mensaje, la aplicación para generar dichos mensajes de manera interna es *WhatsApp* y para el desarrollo de la información de manera externa es *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* y *YouTube*, en las cuales se puede identificar el grado de interacción entre la institución y su público objetivo.

Actitud pasiva, durante el estado de crisis sanitaria no se ha desarrollado ningún sistema de comunicación estratégico de manera departamental para la divulgación de información dejando a un lado el proceso de comunicación externa.

Actitud activa, por la extensión del estado de calamidad y crisis sanitaria, se busca establecer los mecanismos para el desarrollo de un proceso de comunicación estratégica de manera interna y así, garantizar el proceso de comunicación externa de forma correcta y con lineamientos tecnológicos y a la vanguardia.

Los medios de comunicación observados son el indicador del tipo de comunicación externa que utiliza la SOSEP de Alta Verapaz y los problemas existentes para dar información ante una crisis.

1.14.2. Documentación

Los materiales consultados durante el proceso de documentación son los siguientes (se establece un orden cronológico para su mejor comprensión):

Decreto Gubernativo Número 5-2020, Declaración de estado de Calamidad Pública, con la cual se dio a conocer disposiciones presidenciales en relación a Pandemia COVID-19 a nivel nacional.

Pto. SEGUNDO, Inciso 2.1, Subinciso 2.1.2, Numeral 2.1.2.3 Acta No. 15-2020 del 16.04.2020 Plan De Contingencia en la Universidad De San Carlos De Guatemala por la Emergencia en el País Debido a la Pandemia por el nuevo Coronavirus (COVID-19), del Consejo Superior Universitario en la cual se disponen rutas para el seguimiento del ejercicio profesional supervisado y las acciones que cada Facultad, Juntas Directivas, Consejos Directivos, Centros Universitarios y Escuela no Facultativas deberán efectuar para garantizar la contingencia dentro de la Universidad de San Carlos de Guatemala y para salvaguardar la vida de todos los integrantes de ella como docentes, personal administrativo y estudiantes.

Acuerdo Gubernativo 893-91, Creación de la Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente -SOSEP-, por medio de la cual se establece la creación de la misma.

Acuerdo Gubernativo 351-94, Reglamento de la Secretaría de Obras Sociales De la Esposa del Presidente de la República, en dicho acuerdo se establece el reglamento de funciones, se le designan objetivos, finalidades entre otros, para el buen funcionamiento de la Secretaría.

Tesis de pregrado sobre funciones, objetivos de la SOSEP (Salazar, 2007). Verificación de antecedentes y justificaciones sobre metodología, tipos de documentos consultados, datos no publicados en redes sociales, entre otros sobre la SOSEP (Sett, 2010).

Tesis de pregrado de Reyes (2015), indica que la comunicación interna es una necesidad latente que obedece a nuevas necesidades de cualquier tipo de empresa y consiste en motivar al personal, y con ellos establecer un mejor entorno laboral.

Libro digital de Velasco et al. (2007), indica que el objetivo de la comunicación interna y externa es la promoción del dialogo entre todos los empleados de la empresa, para minimizar los conflictos que puedan surgir en ella y entre ellos para el fortalecimiento de su imagen corporativa y el buen reconocimiento y aceptación por el público objetivo.

Página Web: www.sosep.gob.gt, para la recopilación de datos sobre historia u origen, filosofía institucional, documentos sobre sedes departamentales, contactos, entre otros.

Páginas Institucionales de Redes Sociales, para verificar seguidores, métrica de interacciones, campañas publicitarias, campañas sociales, sistemas de comunicación de manera externa; <https://m.facebook.com/sosepguatemala>, https://www.instagram.com/sosep_guatemala/, <https://twitter.com/SosepGob>, <https://www.youtube.com/user/SOSEPGUATE>, con las cuales se pudo verificar la falta de redes sociales a nivel de Direcciones Departamentales. Todo es filtrado por medio de una sola página institucional en cada una de las redes sociales antes descritas.

Documentación para la creación de la Unidad de Comunicación Social, con la cual se presentan los pasos requeridos para poder establecer o crear una unidad ejecutora de procesos de Comunicación.

Estrategia para la Reducción de la Desnutrición Crónica y en el Plan Nacional de Desarrollo, K'atun: Nuestra Guatemala 2032.

1.14.3. Entrevistas de profundidad

Se entrevista a dos funcionarios de alto cargo dentro de la institución y responsables directos del funcionamiento tanto de la sede departamental como de uno de los programas ejecutados

por la SOSEP a nivel departamental, un asistente de dirección, con el cual da un punto de vista a nivel empleados, quienes por medio de sus conclusiones u observaciones dan sustento a la investigación (Ver Anexo 2 Formato de entrevista).

1.14.3.1. Ficha de entrevista

| Nombre | Puesto | Objetivo |
|--------------------------|---|--|
| Licenciada Andrea Milian | Directora departamental SOSEP de Alta Verapaz. | Describir el funcionamiento de los tipos de comunicación interna mediante sondeos o entrevistas a empleados de la SOSEP en el contexto de la pandemia, COVID-19. |
| Licenciada Lorena Sierra | Coordinadora del programa Hogares Comunitarios. | |
| Héctor Daniel Caal Cú | Asistente adscrito de dirección departamental. | |

Fuente: Elaboración Propia

La comunicación interna presenta una estructura sólida, al tratarse de una institución con poco personal, verificando un clima laboral acorde. La gestión de la información es estable, la comunicación ascendente, descendente y horizontal es perfectamente medible reconocida por los entrevistados como buena. Los canales de comunicación presentan una utilización exitosa, pese a la no actualización o capacitación del personal para la utilización de tecnologías de la comunicación. La comunicación externa no existe al no poder contar con una serie de características para su utilización.

La falta de una Unidad de Comunicación Social a nivel departamental, es una de las principales necesidades detectadas. Por falta de una persona idónea para el correcto tratamiento de la información y comunicación no se pueden dar a conocer de forma virtual a la población de Alta Verapaz los beneficios de la institución (L. Sierra, Comunicación Personal, 22 de junio de 2020).

El desarrollo de las competencias en relación a divulgación de actividades en los diferentes medios y canales de comunicación son muy limitadas por restricciones institucionales. Dicha información proviene en su mayoría de la SOSEP y la Secretaría de Comunicación Social de la ciudad capital (A. Milian, Comunicación Personal, 12 de junio de 2020).

La comunicación es un proceso para el desarrollo de actividades como las que promueve la SOSEP de Alta Verapaz. Sin un sistema adecuado de comunicación no se garantiza la obtención de resultados deseados y planificados, es por ello que debería de existir una unidad que planifique y organice ese tipo de actividades (H. D. Caal Cú, Comunicación Personal, 22 de junio de 2020).

1.14.4. Encuestas

Se realizó una encuesta de manera anónima y de características *online* por prevención a la Pandemia COVID-19, en requerimiento a normas de protección del CSU y para contrarrestar la pandemia y no crear posibles fuentes de contagio (Ver Anexo 1 Encuesta Online). La encuesta midió el proceso de comunicación interna, tipos de canales de comunicación, así como procesos de comunicación externa en mínima parte.

La SOSEP de Alta Verapaz cuenta con poco personal, teniendo en su totalidad 34 empleados entre personal permanente como de contrato, administrativo y de campo, las encuestas representan al 100% de la población y no es idóneo seleccionar una muestra de ello por tratarse de un grupo minoritario.

La encuesta refleja mediante datos estadísticos el resultado de los tipos de canales internos que utiliza la SOSEP de Alta Verapaz para el cumplimiento de metas u objetivos, siendo ellos: *WhatsApp*, *Facebook*, correo electrónico, memos, oficios y circulares. Presenta la realidad ante la utilización o no de un sistema de comunicación de crisis, la manera de comunicación interna, los mecanismos utilizados para el traslado de información, la falta de capacitación en herramientas tecnológicas y de comunicación, entre otros.

1.15. Interpretación de Resultados

Se refiere a la decodificación de cada resultado obtenido dentro de la investigación, separando cada elemento para poder estudiarlo de manera individual, pudiendo darle un

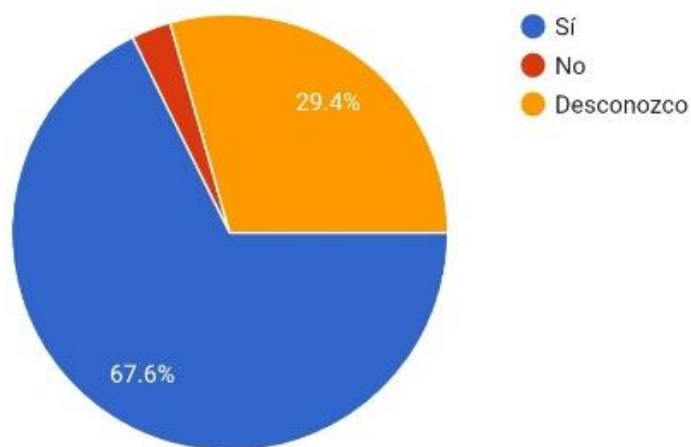
significado a cada uno de esos elementos que conforman la investigación (E. Hernández, Comunicación Personal, 22 de mayo de 2020).

El análisis de la información se realizó con el 100% de los encuestados, por ser una institución con personal poco numerario, es de mayor facilidad el poder desarrollar un análisis al personal completo cuando se posee los recursos medibles ideales. El 82% de los entrevistados son mujeres y el 18% hombres, con edades comprendidas entre: 21% en edades de 18 a 25 años, 38% en edades de 26 a 35, 29% en edades de 36 a 45 y 12% en edades de 46 años en adelante.

Gráfica No. 1

1. La Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente -SOSEP-, posee manual de crisis con el cual pudo mitigar el impacto de la pandemia COVID-19?

34 respuestas



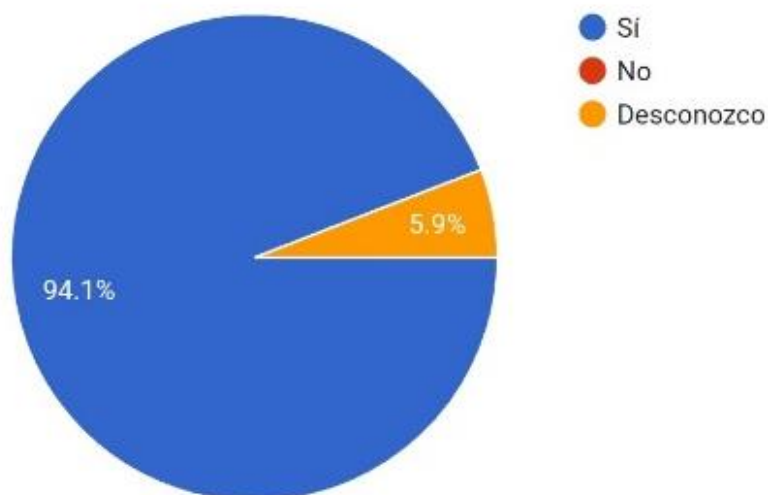
Fuente: Google Forms

De 34 respuestas el 68% asegura que la institución posee un manual de crisis, el 29% desconoce la existencia de dicho manual, sin embargo, se solicitó dicho manual para su verificación y su usabilidad, pero esto no fue posible, dejando una brecha en relación a su existencia y uso de manera institucional.

Gráfica No. 2

2. La SOSEP para mitigar las condiciones desfavorables por la Pandemia COVID-19, ¿Implementa algún plan de comunicación Interna y Externa?

34 respuestas



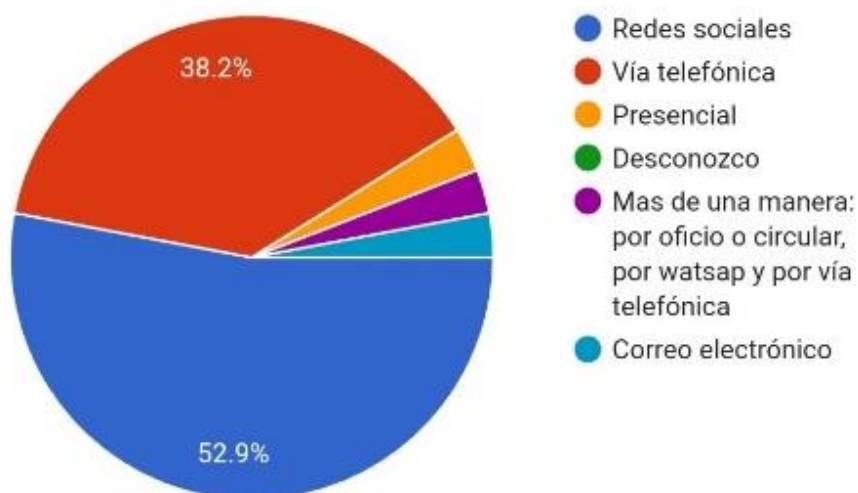
Fuente: Google Forms

La utilización de un plan de comunicación interna y externa es para toda institución una prioridad, máxime en tiempos de crisis sanitaria, el 94% afirma la implementación de dicha planificación, el 6% la desconoce y se le atribuye el desconocimiento a la falta de interés en dicha herramienta, de igual manera se solicita poder analizar dicha planificación para detectar inconsistencias, pero no se es posible su obtención.

Gráfica No. 3

3. ¿De qué manera se reactivó la comunicación interna en su institución al momento de conocer el impacto de la Pandemia COVID-19 y cierre de negocios?

34 respuestas



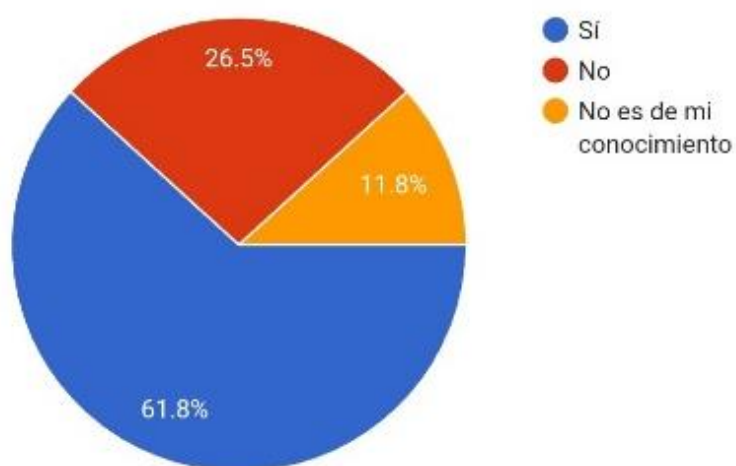
Fuente: Google Forms

El 53% indicó que la reactivación de la comunicación institucional fue desarrollada por la implementación de redes sociales, el 38% mediante la utilización de vía telefónica, los demás porcentajes pertenecen a acciones varias, demostrando que, en situaciones de comunicación las redes sociales poseen una gran aceptación dentro de los empleados, no dejando atrás, medios convencionales como la telefonía.

Gráfica No. 4

4. ¿La institución cuenta con tecnología y personal capacitado para dar respuesta inmediata a competencias, aplicaciones, producción, tratamiento y comunicación de información?

34 respuestas



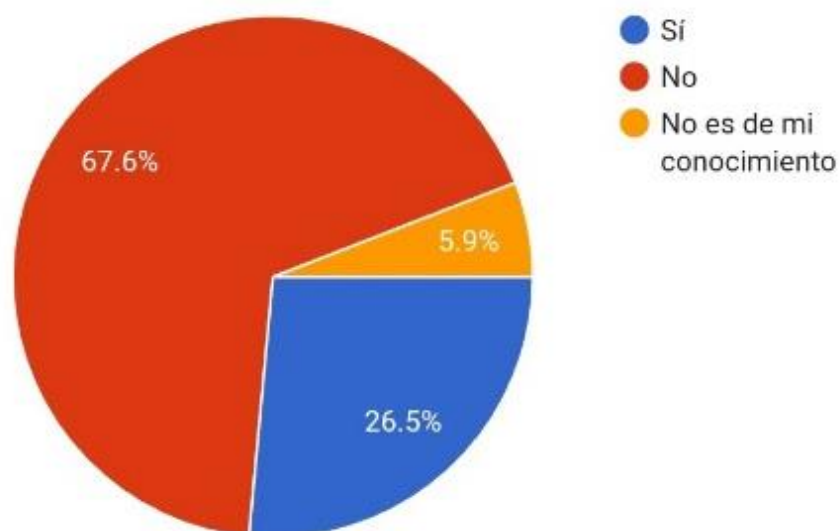
Fuente: Google Forms

En procesos de comunicación, el uso de herramientas tecnológicas y existencia de un personal capacitado para brindar servicios de calidad es lo que 62% de los encuestados identifica como aceptable, mientras el 26% indica que la institución no la posee y un 12% manifiesta que no es de su conocimiento, adjudicándole a este última a la falta de conocimiento en dicho tema.

Gráfica No. 5

5. ¿Ha recibido capacitación usted y personal de la institución en cuanto a actualización de tecnologías?

34 respuestas



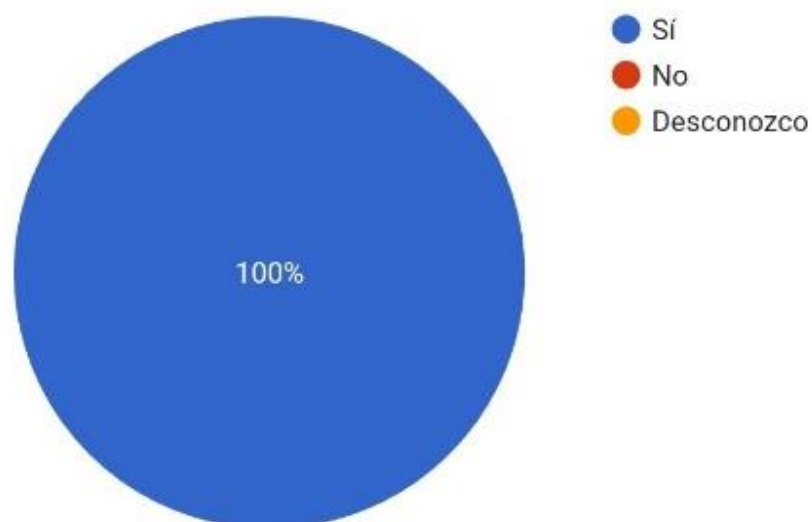
Fuente: Google Forms

La capacitación del personal de una institución genera la efectividad del servicio y es un factor importante para el desarrollo humano y profesional de los mismos, dentro de la SOSEP de Alta Verapaz. No se implementan acciones de comunicación interna en relación a capacitaciones del personal, como se observa el 68% indica que no, el 6% indica que no es de su conocimiento atribuyéndole a la falta de oportunidades su porcentaje y un 26% que afirma el haber recibido.

Gráfica No. 6

6. ¿La comunicación está fluyendo efectivamente entre los jefes y los colaboradores?

34 respuestas



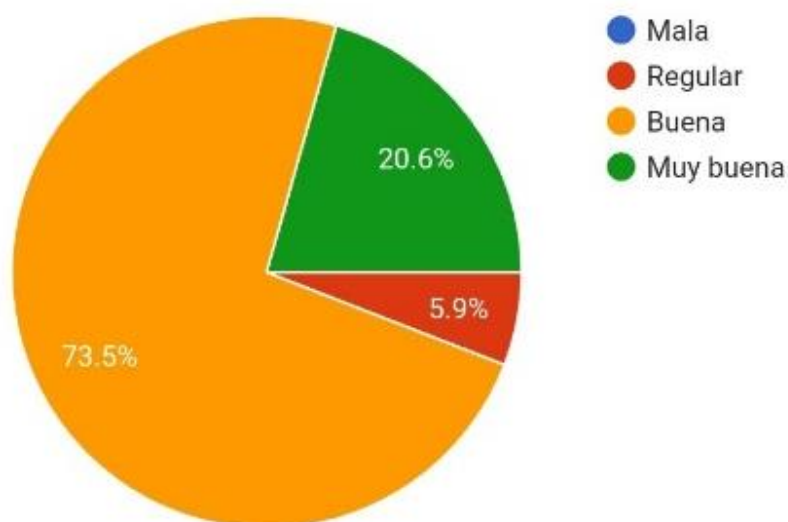
Fuente: Google Forms

Se determina tanto en encuesta como en entrevista que el tipo de comunicación interna de manera horizontal como vertical ha sido la ideal, al ser una herramienta online, se asegura la confidencialidad y respuesta a criterio del encuestado.

Gráfica No. 7

7. ¿Cómo es la función de los canales de comunicación interna en su institución durante la emergencia COVID-19?

34 respuestas

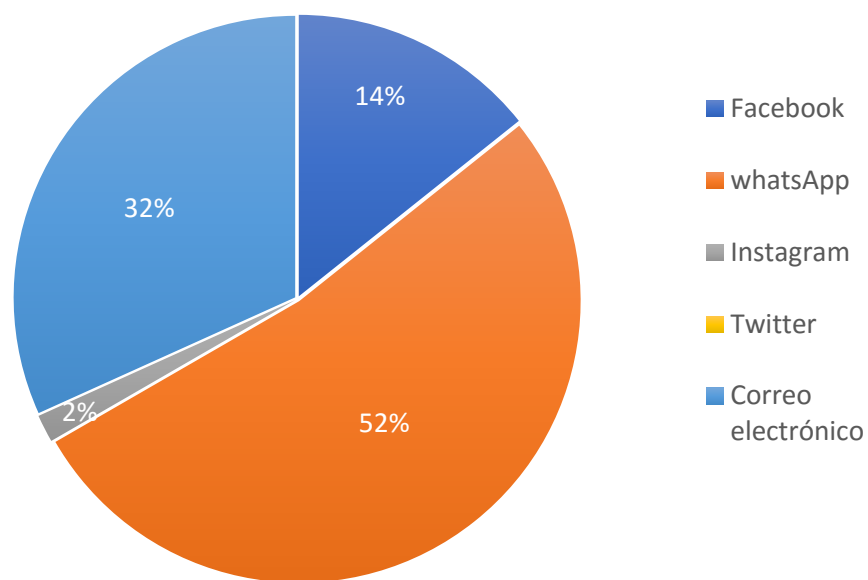


Fuente: Google Forms

El resultado de la presente gráfica contrasta con la pregunta no. 6, presenta un 73% de aceptación al tipo de función de los canales de comunicación interna, el 21% la cataloga como muy buena, pero el 6% la denomina regular, esto último difiere con el resultado del flujo de información de empleados hacia jefes y viceversa, ya que si existe el flujo correcto de la comunicación entre altos puestos y empleados no debiera de existir un porcentaje mínimo y desfavorable a la función de los canales de comunicación interna.

Gráfica No. 8

8. Seleccione qué Redes sociales conoce y utiliza para comunicarse dentro de la institución ante la emergencia sanitaria por la pandemia COVID-19?



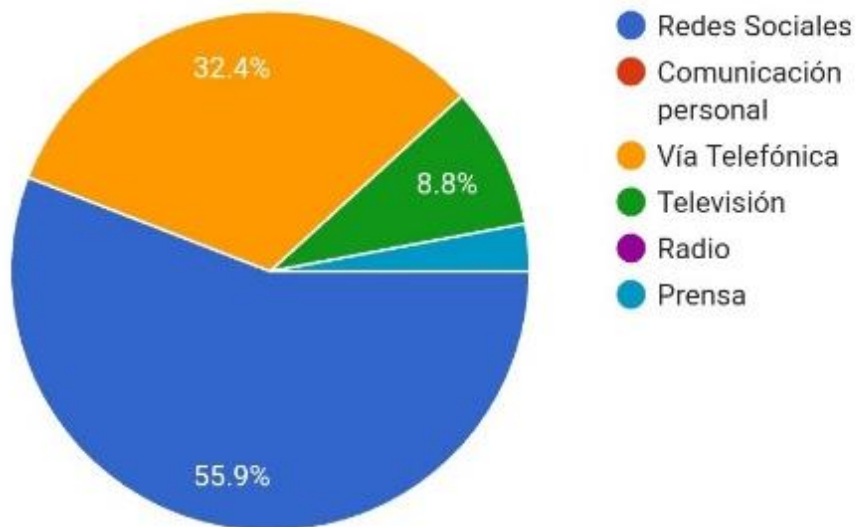
Fuente: Elaboración Propia

La adaptación de los recursos existentes ante pandemia se demuestra con la implementación de un 52 % con la aplicación *WhatsApp*, siendo la mayor aplicación como canal de comunicación interna tanto formal e informal de la institución, seguidamente del correo electrónico con un 32 %.

Gráfica No. 9

9. ¿Cuál o cuáles considera que son los canales de comunicación interna más efectivos en una crisis como la actual?

34 respuestas

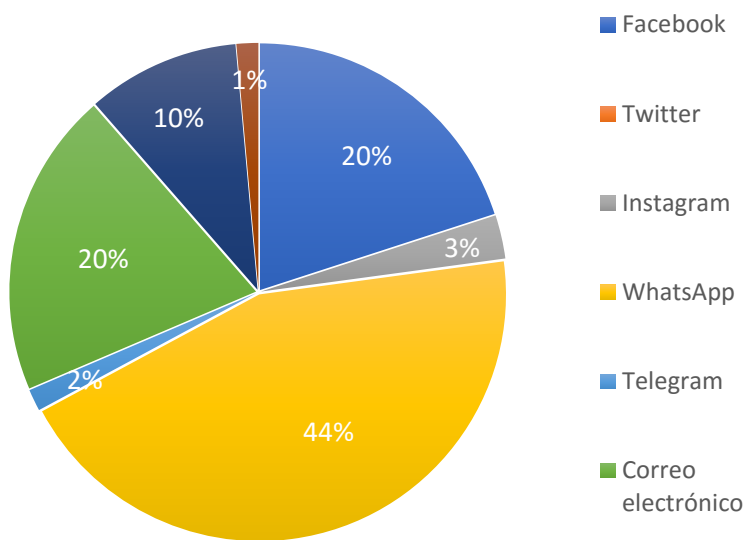


Fuente: Google Forms

Ante las restricciones laborales por parte del gobierno de Guatemala para contrarrestar la pandemia de COVID-19, las instituciones implementan sistemas de comunicación interna de manera digital, por lo cual el 56% considera a las redes sociales como uno de los canales de comunicación interna más efectivos ante la actual crisis y el 32% considera que los canales de comunicación tradicionales son parte fundamental de la comunicación. A pesar de poseer información de canales de comunicación, no se ejecutan bajo una directriz lo que podría generar barreras dentro de la comunicación.

Gráfica No. 10

10. Seleccione las Redes Sociales por las cuales le gustaría tener buena comunicación interna y recibir información reciente de la institución?



Fuente: Elaboración Propia

El 44% manifiesta la continuidad y aceptación de *WhatsApp* como medio de comunicación interna, el 40% se divide entre Facebook y correo electrónico teniendo ambos un 20%, siendo las 3 propuestas con mayor cantidad de porcentaje en el resultado de la encuesta a empleados de la SOSEP de Alta Verapaz.

1.16. FODA

Betancourt (2018), la define como una herramienta para el desarrollo de estrategias o proyectos valorando cada uno de los aspectos internos que una organización, siendo estos: las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. En ellas se encuentran aspectos que se delimitan por medio de una matriz, proponen resultados para la realización de una serie de estrategias que dan valor a cada una de las características que la conforman.

1.16.1. Fortalezas

- Compañerismo y apertura de personal administrativo y superior.
- Capacidad de adaptación y uso de herramientas que se tiene al alcance frente a una crisis.
- Institución pequeña.
- Utilización de canales de comunicación para el tráfico de información interna.
- Posee público objetivo definido por cada programa social establecido.

1.16.2. Oportunidades

- La implementación de un sistema de respuesta rápida a necesidades de comunicación del público objetivo.
- Auge de los medios digitales para procesos de comunicación interna y externa.
- Utilización de Redes Sociales como medio de comunicación.
- Creación de una unidad social para el correcto manejo de la comunicación institucional.
- Implementación de un manual de crisis y plan de comunicación.

1.16.3. Debilidades

- No se posee imagen institucional aún, por tratarse de restricciones gubernamentales.
- Los canales de comunicación interna están estructurados de una manera incorrecta.
- Falta de presupuesto fijo, por tratarse de una sede departamental.
- No poseen una Unidad o Departamento de Comunicación.
- No poseen un sistema de comunicación digital mediante página Web.
- Poca utilización de redes sociales para brindar información a nivel regional.
- Poca anuencia del personal entrevistado en el proceso de investigación.

1.16.4. Amenazas

- Pandemia por COVID-19.
- Contagio por interacción social de manera presencial.
- La no autorización a la generación de material propio o departamental.
- La desinformación generada por no poseer una comunicación externa con el público objetivo.
- La no autorización de presupuesto para la creación de sistemas de comunicación interna, externa y la Unidad de Comunicación.
- Los beneficiarios no poseen recursos ni capacitación para una interacción digital.

| | | |
|--|--|---|
| <p style="text-align: center;">Matriz de análisis FODA Diagnóstico de Comunicación</p> | <p>FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Compañerismo y apertura de personal administrativo y superior. 2. Capacidad de adaptación y uso de herramientas que se tiene al alcance frente una crisis 3. Institución pequeña. 4. Utilización de canales de comunicación para el tráfico de información interna. 5. Posee público objetivo definido por cada programa social establecido. | <p>DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. No posee imagen institucional por tratarse de restricciones gubernamentales. 2. Falta de presupuesto fijo por tratarse de una sede departamental. 3. No poseen una Unidad o Departamento de Comunicación. 4. No poseen un sistema de comunicación digital mediante página Web 5. Poca utilización de redes sociales para brindar información a nivel regional. 6. Poca anuencia del personal entrevistado en el proceso de investigación. |
| <p>OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Implementación de un sistema de respuesta rápida a necesidades de comunicación del público objetivo. 2. Auge de los medios digitales para procesos de comunicación interna y externa. 3. Utilización de Redes Sociales como medio de comunicación. 4. Creación de una unidad social para el correcto manejo de la comunicación institucional. 5. Implementación de un manual de crisis y plan de comunicación. | <p>Estrategia FO:</p> <p>2O2F: Crear un sistema de comunicación mediante la adaptación y el uso de herramientas y medios digitales, para procesos de comunicación interna y externa.</p> <p>2O4F: Creación de un manual de uso y publicación en redes sociales para la creación de contenido y lograr el alcance de objetivos institucionales.</p> <p>1O5F: Capacitación de personal de la institución para garantizar la efectividad de servicio y brindar apoyo a sectores vulnerables y beneficiados por SOSEP.</p> <p>4O3F: Desarrollo y creación de la Unidad de Comunicación Social para garantizar un buen proceso de comunicación y divulgación de información interna y externa.</p> | <p>Estrategia DO:</p> <p>2O3D: Utilización de medios digitales para el desarrollo de una comunicación interna y externa.</p> <p>1O5D: Capacitación para la implementación de redes sociales para brindar información a nivel regional y lograr la comunicación externa con su público objetivo.</p> |
| <p>AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pandemia por COVID-19. 2. Contagio por interacción social de manera presencial. 3. La no autorización a la generación de material propio o departamental. 4. La desinformación generada por no poseer una comunicación externa con el público objetivo. 5. La no autorización de presupuesto para la creación de sistemas de comunicación interna, externa y la Unidad de Comunicación. 6. Los beneficiarios no poseen recursos ni capacitación para una interacción digital. | <p>Estrategia FA:</p> <p>4A1F: Creación de un manual de crisis que garantice la excelente comunicación en tiempos de vicisitudes.</p> <p>3A1F: Creación de un manual de medidas de prevención sanitaria post pandemia de manera interna para cada uno de los programas de SOSEP.</p> <p>2A2F: Integración de un sistema de sanitización propio de la institución.</p> <p>5A3F: Creación de material informativo para dar a conocer a la institución mediante el uso de redes sociales ante los beneficiarios.</p> <p>5A5F: Creación de un sistema de comunicación directa que garantice un apoyo para el beneficiario o posibles beneficiarios.</p> | <p>Estrategia DA:</p> <p>4A: Fortalecer los sistemas de comunicación existentes para la correcta información sobre la prevención de contagio ante pandemia COVID-19 e información de la institución.</p> <p>5A: Fortalecer las relaciones humanas y crear campañas que promuevan la Responsabilidad Social Empresarial.</p> <p>3A2D: Reforzar un sistema de registro de información que garantice no poseer restricciones institucionales.</p> |

Fuente: Elaboración propia

1.17. Problemas detectados

La falta de identificación de la Identidad Corporativa, debido a la actual crisis sanitaria la información y lineamientos provienen de la institución central (Ver Anexo 3 Fotografías).

No poseen un sistema de medidas de prevención sanitaria de manera interna y/o general, para cada uno de los programas que atiende la institución.

La falta de un plan de comunicación, que garantice una comunicación interna y externa con la cual pueda tener una interacción y brindar un servicio de calidad a sus beneficiarios y público en general.

Un sistema de comunicación experimental como lo es *WhatsApp* sin una normativa de interacción causante de barreras de comunicación, ya que la información replicada en algunos casos no es la misma.

Los empleados no poseen capacitación sobre el uso adecuado de redes sociales y el trato que este debe de recibir al ser utilizada de manera institucional.

La mala utilización de canales de comunicación para proporcionar información y brindar apoyo a su público objetivo.

Falta de material informativo departamental, para dar a conocer los programas, beneficios y beneficiarios y el alcance que la institución posee dentro del departamento de Alta Verapaz.

La falta de aprovechamiento de las redes sociales como canales de Comunicación dentro de la actual crisis sanitaria por COVID-19.

La falta de una Unidad de Comunicación Social que enfrente los problemas de comunicación de manera estratégica y desarrolle sistemas adecuados de efectividad en la comunicación interna y externa de la institución, en especial en tiempos de Pandemia por COVID-19.

La no adecuación o creación de manuales de protocolos para mitigación de crisis, tanto sanitaria como crisis institucional, para cuestiones adversas a salubridad y la reactivación laboral de manera presencial.

1.18. Planteamiento del Problema Comunicacional

El desarrollo de la comunicación es un proceso medible en muchas de las veces y la comunicación empresarial es el resultado de una serie de acciones medibles, cuantificables para el perfecto funcionamiento de la institución. La comunicación en las empresas se rige por medio de dos tipos, la comunicación interna y la comunicación externa, ambas desarrollan un proceso armonioso de comunicación y garantizan los logros de resultados y objetivos.

La Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente -SOSEP- de Alta Verapaz, institución creada para brindar apoyo a sectores de pobreza y extrema pobreza, destinada a beneficiar con programas sociales a parte de la población del departamento, generadora de oportunidades de desarrollo y superación, tanto personal, como laboral. Sin embargo, por la falta de un sistema estructurado de comunicación tanto interna como externa y la escasa utilización de los recursos o medios tecnológicos existentes y modernos, generan contrariedad en los procesos de comunicación de manera interna y externa.

Es necesario la realización de un Diagnóstico de Comunicación, para conocer y analizar el sistema de comunicación existente y analizar mejoras en el proceso de comunicación externa, interna y organizacional de la SOSEP de Alta Verapaz por tal razón, se es ideal plantear la siguiente pregunta de investigación:

¿Cómo desarrolla el proceso de comunicación la Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente de Alta Verapaz?

Para darle respuesta a la pregunta de investigación, se tiene la colaboración de autoridades departamentales, personal administrativo y personal operativo. La institución por ser dependencia de una entidad estatal no posee los recursos adecuados, ni propios para la financiación de proyectos de carácter institucional a nivel regional.

1.19. Indicadores de éxito

Para poder resolver los problemas determinados por el presente diagnóstico, es de vital importancia la participación de autoridades institucionales. La creación de la Unidad o Departamento de Comunicación Social será el indicador de éxito idóneo, ya que dentro de la institución no se posee una estructura organizacional completa.

La capacitación del personal es factor importante para el desarrollo de una excelente comunicación interna en tiempos de crisis por lo cual, el recurso humano es una fuente de éxito para el desarrollo del proyecto de investigación.

La utilización y adaptación de recursos como las Redes Sociales en la vida cotidiana de los empleados, es indicador de éxito y, cómo un canal de comunicación interna es ideal para el desarrollo de estrategias mediante su uso correcto.

El reconocimiento del personal como parte fundamental para el desarrollo de la comunicación, logra integrar capacitaciones que fortalezcan el desarrollo de una comunicación interna y externa, llevando el servicio a una excelencia y eficacia ante un destino comunitario.

1.20. Proyecto a desarrollar

Implementación y fortalecimiento de estrategias y sistemas de comunicación interna, mediante la actualización o capacitación del recurso humano y la creación de la Unidad de Comunicación Social en la Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente de Alta Verapaz.

Capítulo 2

Plan estratégico de Comunicación interna de la Secretaría de Obras Sociales -SOSEP- de Alta Verapaz

El plan estratégico de comunicación es la unión de una serie de pasos enfocados en el desarrollo de métodos y técnicas de comunicación que respondan a necesidades y objetivos institucionales, cada una de estas debe regirse por acciones que generen resultados y no ser simplemente un recurso inutilizable dentro y fuera de la institución.

El plan estratégico representa la manera o ruta por medio del cual la institución debe velar por la correcta comunicación con su público y establecer un tiempo determinado de respuesta para ello (Valentín, 2020). Esto puede facilitar la ejecución de órdenes de cada una de las tareas o acciones que se desarrollarán, propone de esta manera estructurar normas que regirán el camino a seguir para el desarrollo de estrategias de comunicación.

Según Enz (2012), para la ejecución de estrategias se debe de considerar la correcta clasificación de la planificación de comunicación. La acertada identificación de las características como la obtención de datos a través de actores dentro de la institución, la recopilación de información de manera inicial, la realización de una fase diagnóstica por un experto o grupos de expertos clasifica como una Planificación Normativa y Consultiva la presente investigación.

2. 1. Descripción técnica del Plan Estratégico de Comunicación

Las estrategias son para Torres, Rivero, Purdhnomme (2015), acciones que dan lugar al desarrollo de una doble vía, generan una interacción con los actores sociales que incorporan la acción y la relación sociocultural de cada individuo, con esto se puede crear un sistema de mecanismos capaces de solucionar conflictos o necesidades.

Con base al FODA Comunicacional que se ejecutó durante la fase diagnóstica, entrevista, observación y encuestas de la investigación, se determinó darle seguimiento y solución mediante la utilización de estrategias comunicacionales a las debilidades y amenazas que se presentan dentro de la institución y que pueden provocar una inestabilidad en los procesos y flujos de comunicación.

La estrategia, Departamento de Comunicación y Fortalecimiento de la Comunicación Interna de la Secretaría de Obras Sociales -SOSEP- de Alta Verapaz, desarrollará actividades que lograrán acciones con la cuales se reconoce la utilización y creación del Departamento de Comunicación así, como el fortalecimiento del personal mediante capacitaciones con relación al funcionamiento y uso de los canales de comunicación internos para el desenvolvimiento con sus beneficiarios y público objetivo.

La implementación de las estrategias para la SOSEP incluirá el crecimiento de la comunicación como parte fundamental del proceso, la importancia y beneficios como recurso fundamental para el correcto flujo de los sistemas de comunicación institucionales serán una de las características importantes para el desarrollo del plan estratégico de comunicación.

La estrategia incluirá el fortalecimiento controlado de los canales de comunicación pretendiendo enriquecer el desarrollo de la comunicación interna mediante la capacitación del personal de la institución para que pueden desempeñar su labor aun sin contar con un Departamento de Comunicación adecuado.

La adecuación de un manual de protocolos para su utilización en beneficio de empleados y público objetivo podrá garantizar la responsabilidad social corporativa que mediante sus objetivos institucionales es pilar para el desarrollo de la institución.

2. 2. Objetivos de la Estrategia

2.2.1. General

Fortalecer los sistemas de comunicación interna de la SOSEP por medio de acciones que mejoren los actuales procesos en el contexto de la pandemia COVID-19.

2.2.2. Especifico

Demostrar la funcionalidad e importancia del Departamento de Comunicación, para el fortalecimiento de la comunicación interna en tiempos de crisis sanitaria.

Fortalecer las aptitudes del personal de la institución para el correcto flujo de información y funciones durante la crisis sanitaria por COVID-19.

Diseñar manuales de procedimientos y protocolos para el correcto funcionamiento de los sistemas de comunicación interna ante contexto de pandemia, COVID-19.

2. 3. Misión

Ser una institución con mayor proyección social y con óptima cobertura en todos sus programas utilizando recursos tecnológicos de manera eficiente.

2. 4. Visión

Ser una institución comprometida con recurso humano y tecnológicos, desarrollando para ello propuestas de comunicación en beneficio del personal y beneficiarios, capaz de mitigar cualquier situación de crisis.

2. 5. Elementos comunicacionales

2.5.1. Comunicación

La comunicación es el acto que define al ser humano por medio del cual se desarrollan procesos sociales, implementando mensajes, imágenes o sonidos con los cuales este se comunica entre sí, logrando con ello una interacción social y natural en el proceso del desarrollo de la persona.

Tartabini (2003), lo define como una aproximación clara de un acto seguido por un proceso de acción el cual genera una respuesta al estímulo de interrelación entre todos los factores que la contienen y generan un análisis.

2.5.2. Elementos de la comunicación

Se les conoce como elementos de la comunicación a los actores principales y secundarios que interactúan para generar un estímulo y lograr con ello una respuesta favorable o no en un proceso de interacción humana y social, siendo estos: emisor, receptor, mensaje, código, canal, contexto, retorno.

2.5.3. Emisor

Se refiere al actor principal de la comunicación del cual parte el proceso, mediante la generación de un mensaje con el cual traslada cierta información dirigido a un individuo o grupo de personas con las cuales interactúa.

Para García (2012) emisor o fuente es: la persona o grupo que desarrolla el proceso comunicativo mediante la utilización de mensajes con el fin de comunicar algo.

2.5.4. Receptor

Es el segundo actor dentro del proceso de comunicación, es el que recibe, decodifica e interpreta el mensaje, teniendo en cuenta el contexto, canal y el retorno de la información.

Es el individuo que recibe el mensaje, haciendo suyo cada una de la información enviados por el emisor tomando la cautela en su decodificación e interpretación para facilitar una comprensión de lo comunicado y así, poder ejercer una aceptación o no a dicho proceso (García, 2012).

2.5.5. Mensaje

Es un factor o elemento fundamental en la comunicación, ya que sin este el proceso no es alcanzado en su totalidad. Para tal efecto se debe de tomar en cuenta el contexto, la situación, la interpretación de quien lo recibe y de igual manera la respuesta que genera.

2.5.6. Diagnóstico

El diagnóstico debe de poseer objetivos que le permitan determinar el alcance de la evaluación, la investigación y áreas para la determinación de su eficacia. De igual manera, puede contener fundamentos teóricos que le permitan profundizar en secciones o temas específicos a su aplicación, conociendo así de mejor forma las bases teóricas que fundamentan a la empresa o institución.

2.5.7. Comunicación interna

Para Chacón (2020), la comunicación interna se basa en el conjunto de mensajes o actividades entre miembros de una misma institución, quienes utilizan los mismos canales con la finalidad de conservar las buenas relaciones interpersonales dentro del contexto laboral. Factor considerable y de trascendencia y así lograr servicios de calidad a su público objetivo y alcance de objetivos institucionales, lo cual requiere de herramientas como

Comunidad Interna, Videoconferencia, Manuales, Capacitaciones, canales informales siendo: *WhatsApp* y otros.

2.5.8. Comunicación de Crisis

Es aquella que se encuentra ante una situación crítica que puede dañar o no a la imagen de la institución o cualquier acción que genere una reputación dañina hacia la misma, degenerando en respuestas desfavorable sobre el uso, funciones y estructura. Implica la preparación de mecanismos de respuesta para contrarrestar situaciones que dañen la gestión organizacional y los diferentes sistemas de comunicación (Velasco Guardado et al., 2007).

2.5.9. Canales de comunicación

Moreno (2019) ve a los canales de comunicación como una red de carreteras de la cual se entrelazan un sin fin de circuitos y tramos de diversos tamaños, de los cuales al ser vistos por una estructura organizacional será conveniente determinar los caminos adecuados que la institución deberá seguir para el flujo continuo de la información y evitar entorpecer o generar barreras y ruidos en ella.

2.5.10. Estrategias de comunicación

Para Chacón (2016), son un conjunto de acciones que fortalecen e intensifican conductas sencillas o complejas en la correcta coordinación de los recursos existentes de la institución, garantizando de esa manera el flujo de la información, ya que estas deben de procurar en todo momento estar ligado a la resolución de un objetivo.

2.5.11. Departamento de Comunicación

Es la unidad o departamento de la institución ejecutora de sistemas estratégicos de comunicación de manera interna y externa. Según (Repositorio UDGVirtual: cómo elaborar

el plan de comunicación: manuales prácticos de la PYME, s. f.) es la encargada del manejo y gestión de recursos de información tanto integral, corporativa, entre otros.

2. 6. Alcances y límites de la Estrategia

2.6.1. Alcances

La concientización de la utilidad del Departamento de Comunicación, logrará determinar la importancia que esta rige en los procesos comunicacionales de las instituciones de la región.

La capacitación en recursos tecnológicos logrará colocar a la institución al lado de empresas o instituciones con sistemas de comunicación acordes y en beneficio de su público objetivo.

La planificación abarcará únicamente a la institución investigada, abriendo con ella la posibilidad de ser un parteaguas para empresas e instituciones con enfoque social.

2.6.2. Límites

La falta de presupuesto de parte de la institución no garantiza el buen funcionamiento o continuidad de las estrategias de forma permanente.

La no posesión de personal idóneo o profesionalizado en la rama de la comunicación, puede provocar una utilidad no acorde a los objetivos planteados.

La elaboración de la investigación de manera virtual por pandemia COVID-19, y como sugerencia del Consejo Superior Universitario de la Universidad de San Carlos de Guatemala, genera la utilización de un menor porcentaje en el Nivel de Confianza en el estudio.

2. 7. Metodología para la aplicación de la Estrategia Comunicacional

2.7.1. Charlas y talleres interactivos para la creación del manual de funciones y estructura de la Dirección de Comunicación.

Para la concientización sobre la importancia de la creación del departamento de Comunicación a nivel departamental, se realizarán charlas de manera virtual e informativas que determinen el funcionamiento, lineamientos, manejo, base legal y beneficios que posee la implementación de la misma. Se implementará la modalidad a distancia y el resultado será la utilización de un manual de estructura y funciones del departamento de comunicación.

2.7.2. Capacitaciones virtuales

Por medio de videoconferencias, se capacitará al personal de la institución sobre la implementación de recursos tecnológicos como uso de canales de comunicación interna, importancia de la comunicación en tiempos de crisis y así, colaborar con el reforzamiento del recurso humano.

2.7.3. Manuales de protocolos ante crisis

Mediante la actualización o reforzamiento de los protocolos o manuales existentes, se garantiza la contención y mejoramiento de las condiciones de trabajo y funcionamiento de la institución y darles el seguimiento a lineamientos generados por el departamento de comunicación interna ante un estado de crisis institucional o sanitaria.

2. 8. Actividades para la Operatividad de la Estrategia

2.8.1. Estrategia Departamento de Comunicación

Mediante el reconocimiento de las necesidades de comunicación interna y las herramientas necesarias, se explica y demuestra la importancia, funciones y beneficios de la creación del

departamento de Comunicación a nivel departamental, para tal estrategia se desarrolla charlas virtuales a los altos cargos de la institución.

Se desarrolló mediante la plataforma: *Google Meet*, entre otros, con una duración de una hora por cada videoconferencia, se realizó durante la segunda semana de septiembre u octubre. Se gira invitación digital al personal de la institución para su participación, tal actividad tuvo la intervención de expositores invitados o por medio del estudiante epesista de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Se elaborará una guía de funciones y estructura del Departamento de Comunicación que será un punto de partida con relación a la implementación de dicha estrategia.

2.8.2. Estrategia de Fortalecimiento de personal uno a uno

Esta estrategia está diseñada para colaborar con las áreas de recursos humanos y formación, fortaleciendo las aptitudes del personal de la institución, y el correcto flujo de la información propiciando una comunicación efectiva entre empleados, colaboradores y público objetivo, mediante capacitaciones.

Se desarrolló por medio de las plataformas: *Google Meet* y *Zoom*, con una duración de una hora por cada videoconferencia, se realizó durante la tercera semana de agosto. Para tal actividad se tendrá la intervención de expositores invitados. Se gira invitación digital al personal de la institución solicitando su participación. Se elabora una base de datos con la cual se solicitó a Dirección Departamental se extienda una constancia virtual a los asistentes.

2.8.3. Estrategia de Diseño e Implementación de manuales de procedimientos y protocolos

El diseño, implementación y/o mejora de un manual de procedimientos, funciones y protocolos para mitigación de crisis sanitaria como institucional y la reactivación laboral de manera presencial. Se desarrolló la comunicación interna mediante el fortalecimiento de manuales que se adecuaron a las necesidades internas como a medidas externas en el funcionamiento y atención de la institución. Se desarrolló durante la primera, segunda y

tercera semana de septiembre u octubre con el fin de poder recabar la información pertinente contenido en el manual.

La estrategia contempló la impresión de 1 manual full color y 7 CDs con manuales digitales para la divulgación entre los empleados de la institución, teniendo una elaboración de diseño gráfico.

a) Productos impresos

a.1. Manual de Estructura y funciones de la Dirección de Comunicación Departamental

Dentro de los procesos institucionales existe el departamento de Comunicación, es el ente encargado de todo en materia de comunicación organizacional de manera interna y externa. Las funciones, estructuras e importancia del departamento garantizan que el éxito de las planificaciones y estrategias de comunicación sean efectivas para la institución y públicos objetivos.

La correcta distribución y conocimiento de funciones lograrán que los procesos de comunicación en la institución sean efectivos. Para tal efecto se debe de crear un sistema que norme cada una de las funciones y estructura, planteando cada uno de los pasos requeridos para el desarrollo del proceso de comunicación. Dicho manual es un referente del Acuerdo Interno Número DS-214-2013 en el cual se establece un normativo de procedimientos de la Dirección de Comunicación Social y protocolos de la Secretaría de Coordinación Ejecutiva del Presidente.

Índice de contenido:

- Base legal
- Departamentos de la institución
- Departamento de Comunicación, estructura (organigrama)
- Perfil del director o encargado de comunicación
- Funciones del departamento de comunicación a nivel departamental

- Comunicación social departamental
- Organización de Eventos departamentales
- Protocolos departamentales

Portada y contraportada de manual:

(Ver Anexo 5 Bocetos, Manuales, Boceto 1)

b) Talleres y Capacitaciones

b.1. Taller: Departamento de Comunicación funciones que favorecen y desfavorecen su estructura y desarrollo

El taller explica y demuestra la funcionalidad e importancia del Departamento de Comunicación a los altos mandos de la sede departamental y así, la implementación y uso de dicha oficina para el desarrollo.

La utilización de una dependencia encargada de toda la comunicación institucional vendrá a fortalecer los mecanismos ya existentes, logrando una afinidad entre institución y público objetivo.

La actividad se desarrolló por medio de plataformas virtuales, la invitación es dirigida a cada uno de los empleados o colaboradores de manera individual e interactiva. Se generó formulario de inscripción de Google Forms para la recopilación de una base de datos de los participantes, con ella se podrá generar un certificado de participación al culminar y es enviada a su correo electrónico personal o institucional y así incorporar una comunicación interna.

Fecha de ejecución; segunda semana de septiembre u octubre, el taller estuvo dirigido por el estudiante epesista quien será el coordinador o conductor de dicha actividad, responsable por el enlace directo y presentación del conferencista o panelista invitado, con una duración de una hora, abordando los siguientes temas:

- Principales motivos que favorecen un Departamento y Estrategia de Comunicación interna
- Principales motivos de fracaso de un Departamento y Estrategia de Comunicación interna

El financiamiento de dicha actividad no provendrá de la institución, ya que no cuenta con presupuesto fijo para actividades de índoles departamentales, será un esfuerzo de gestión por parte del estudiante epesista.

Modelo de invitación digital:

(Ver Anexo 5 Bocetos, Invitaciones virtuales, Boceto 2)

b.2. Taller: Manejo de Comunicación Política y la importancia de la comunicación en tiempos de COVID-19

El objetivo del taller es fortalecer las aptitudes del personal de la institución para el correcto flujo de información y funciones durante la crisis sanitaria por COVID-19, logrando con ellos la respuesta efectiva a cada uno de los procesos de comunicación de la institución. El taller viene a fortalecer y acompañar a la dependencia de recurso humano con el fin de adecuar acciones y estrategias para el desarrollo humano de la institución.

La actividad se desarrollará por medio de plataformas virtuales, la invitación será dirigida a cada uno de los empleados o colaboradores de manera individual e interactiva. Se generará formulario de inscripción de Google Forms para la recopilación de una base de datos de los participantes, con ella se podrá generar un certificado de participación al culminar el taller y se enviará a su correo electrónico personal o institucional para generar una comunicación interna.

Fecha de ejecución: tercera semana de agosto, el taller estará dirigido por el estudiante epesista quien será el coordinador o conductor de dicha actividad, es responsable por el enlace directo y presentación de la conferencista o panelista invitado, con una duración de una hora, abordando los siguientes temas:

Manejo de Comunicación Política

- Que es la comunicación política
- Actores de la comunicación política
- El modelo de la Agenda Setting
- El framing
- La comunicación política 2.0
- La relación medios-política

Importancia de la comunicación en tiempos de COVID-19

El financiamiento de dicha actividad no provendrá de la institución, ya que no cuenta con presupuesto fijo para actividades de índoles departamentales, será un esfuerzo de gestión por parte del estudiante epesista.

Modelo de invitación digital:

(Ver Anexo 5 Bocetos, Invitaciones virtuales, Boceto 4)

b.3. Taller fotográfico: La fotografía como parte importante de la comunicación y su uso institucional

El objetivo del taller es fortalecer las aptitudes del personal de la institución para el correcto flujo de información y funciones durante la crisis sanitaria por COVID-19, logrando con ellos la respuesta efectiva a cada uno de los procesos de comunicación de la institución. El taller viene a fortalecer y acompañar a la dependencia de recurso humano con el fin de adecuar acciones y estrategias para el desarrollo humano de la institución.

La actividad se desarrollará por medio de plataformas virtuales, la invitación será dirigida a cada uno de los empleados o colaboradores de manera personal e interactiva. Se generará formulario de inscripción de Google Forms para la recopilación de una base de datos de cada uno de los participantes, con ella se podrá generar un certificado de participación al culminar la actividad y será enviada a su correo electrónico personal o institucional para generar una comunicación interna.

Fecha de ejecución: tercera semana de agosto, el taller estará dirigido por el estudiante epesista quien será el coordinador o conductor de dicha actividad, es responsable por el enlace directo y presentación de la conferencista o panelista invitado, con una duración de una hora, abordando los siguientes temas:

La fotografía como parte importante de la comunicación y su uso institucional

- Fotografía versus comunicación
- Elementos básicos de una buena fotografía
- La fotografía digital
- Elementos básicos para una buena fotografía digital
- Fotografía de prensa
- Imagología y principios de la imagen pública
- La imagen pública
- La imagen pública en una organización

El financiamiento de dicha actividad no provendrá de la institución, ya que no cuenta con presupuesto fijo para actividades de índoles departamentales, será un esfuerzo de gestión por parte del estudiante epesista.

Modelo de invitación digital:

(Ver Anexo 5 Bocetos, Invitaciones virtuales, Boceto 5)

c) Manual de protocolos institucionales de crisis

Ante una crisis sanitaria por pandemia, por COVID-19, las instituciones se ven en la necesidad de adaptar protocolos para el correcto funcionamiento de los sistemas de comunicación interna, garantizando la salud entre los miembros de la institución como la responsabilidad social corporativa que la institución debe de poseer.

La necesidad de creación de un manual de protocolos sanitarios es latente ante una situación de crisis sanitario por COVID-19 dentro del territorio guatemalteco. Se debe de garantizar la salud, seguridad y procesos administrativos como sociales que la institución ofrece. La adaptación o implementación de un manual de protocolos para crisis sanitaria es un aporte del estudiante de la escuela de ciencias de la comunicación para el buen funcionamiento de los canales internos y fortalecimiento de la institución.

Índice de contenido

- Base legal
- Objetivos de manual
- Introducción
- Tipos de protocolos y procedimientos sanitarios internos
- Protocolos sanitarios establecidos
- Normas de Prevención y reducción de transmisión entre empleados
- Zonas de vulnerabilidad en la institución

- Protocolos y medidas sanitarias por posible o presunto contagio dentro y fuera de la institución
- Tipos de protocolos y procedimientos sanitarios externos

Portada y Contraportada:

(Ver Anexo 5 Bocetos, Manuales, Boceto 2)

2. 9. Cronograma

Cronograma de actividades a desarrollar mediante la implementación del Plan estratégico de Comunicación interna de la Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente - SOSEP- de Alta Verapaz.

| No. | ACTIVIDADES / ESTRATEGIAS DESCRIPCIÓN | MES | | | | | | | | | | | |
|-----|--|--------|----|----|-----------|----|----|----|------------|----|----|----|--|
| | | JULIO | | | AGOSTO | | | | SEPTIEMBRE | | | | |
| | | DISEÑO | | | EJECUCIÓN | | | | EJECUCIÓN | | | | |
| | | S2 | S3 | S4 | S1 | S2 | S3 | S4 | S1 | S2 | S3 | S4 | |
| 1 | Diseño y elaboración propuesta estratégica 1 | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Diseño y elaboración propuesta estratégica 2 | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Diseño y elaboración propuesta estratégica 3 | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Ejecución de la estrategia 1 | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Ejecución de la estrategia 2 | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Ejecución de la estrategia 3 | | | | | | | | | | | | |

Fuente: Elaboración Propia

2. 10. Financiamiento

Cada una de las estrategias planteadas no recibirán financiamiento directo de la institución, ya que la misma no cuenta con presupuesto para el desarrollo de tácticas de comunicación a nivel departamental.

Para el desarrollo del plan estratégico de comunicación el financiamiento será propio y de gestión sin ninguna injerencia de la institución. El fin primordial del desarrollo de la investigación es reconocer el trabajo y capacidad de un individuo idóneo para la realización, manejo y operación de dichos materiales como estrategias de comunicación que beneficien a la institución y público objetivo y que podría pertenecer a un departamento de comunicación interna a nivel departamental.

2. 11. Presupuesto

Para el desarrollo del Plan estratégico de comunicación se desglosa la siguiente tabla conteniendo en ella el presupuesto por estrategia y el presupuesto total en su aplicación.

| ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN 1 | | | |
|-------------------------------------|--|-----------------------------|--------------------|
| Cantidad | Descripción | Costo unitario / día | Costo Total |
| 1 | Conferencista | Q 750.00 | Q 750.00 |
| 2 | Red de Internet | Q 30.00 | Q 60.00 |
| 2 | Préstamo de equipo para presentaciones | Q 100.00 | Q 200.00 |
| 1 | Diseñador Gráfico (manual institucional) | Q 500.00 | Q 500.00 |
| 1 | Impresión full color (1 manual) | Q 110.00 | Q 110.00 |
| 1 | Empastado suave texcote (20 pag.) | Q 75.00 | Q 75.00 |
| | | | |
| | TOTAL | | Q 1,695.00 |

Fuente: Elaboración propia

| ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN 2 | | | |
|-------------------------------------|--|------------------------------------|--------------------|
| Cantidad | Descripción | Costo unitario / día / hora | Costo Total |
| 3 | Conferencista | Q 750.00 | Q 2,250.00 |
| 2 | Red de Internet | Q 30.00 | Q 60.00 |
| 2 | Préstamo de equipo para presentaciones | Q 100.00 | Q 200.00 |
| 33 | Diplomas virtuales (Diseñador Gráfico) | Q 8.00 | Q 264.00 |
| | TOTAL | | Q 2,774.00 |

Fuente: Elaboración propia

| ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN 3 | | | |
|-------------------------------------|---|-----------------------------|--------------------|
| Cantidad | Descripción | Costo unitario / día | Costo Total |
| 1 | Diseñador Gráfico | Q 500.00 | Q 500.00 |
| 1 | Impresión full color, portada, contraportada (1 manual) | Q 110.00 | Q 110.00 |
| 1 | Empastado suave texcote (20 pag.) | Q 75.00 | Q 75.00 |
| 7 | CD / Solicitud de diseño | Q 5.00 | Q 35.00 |
| 7 | Impresión portada CD full color | Q 5.50 | Q 38.50 |
| 7 | Diseño etiqueta para CD | Q 5.00 | Q 35.00 |
| 7 | Quemado Disco CD | Q 15.00 | Q 105.00 |
| 7 | Sobre Disco / Solicitud de diseño | Q 2.00 | Q 14.00 |
| | TOTAL | | Q 912.50 |

Fuente: Elaboración propia.

| PRESUPUESTO DE ESTRATEGIA | |
|----------------------------------|-------------------|
| Estrategia 1 | Q 1,695.00 |
| Estrategia 2 | Q 2,774.00 |
| Estrategia 3 | Q 912.50 |
| Total | Q 5,381.50 |

Fuente: Elaboración propia.

2. 12. Beneficiarios

Dentro de los beneficiarios con el uso de un manual o guía de funciones y estructura del departamento de comunicación interna se encuentran los propios empleados de la sede departamental. Tendrán la oportunidad de aprovechar cada una de las actividades que se puedan crear a manera interna como externa, estrategias de comunicación pensadas para el fortalecimiento de los procesos comunicacionales, por medio de la creación del departamento antes descrito.

Con las capacitaciones y talleres interactivos se beneficia al personal de la institución, con ello se apoya al desarrollo humano y al departamento de recursos humanos, logrando una responsabilidad, efectividad y gestión de la imagen de la institución, conectando con el empleado y su público objetivo.

Los beneficiarios directos con la creación de manuales de protocolos, son los empleados y beneficiarios o público objetivo, ya que es una responsabilidad social corporativa el desear el bienestar y comodidad de sus actores, con ello se podrá dar una completa atención de calidad de servicio al usuario.

2. 13. Recursos Humanos

| NOMBRE | PUESTO | ACTIVIDAD |
|--------------------------------------|--|---|
| Master José María Torres | Coordinador EPSL | Supervisar el proceso de EPSL. |
| Lcda. Brenda Chacón | Asesora EPSL Licda. en Comunicación | Dirigir proceso de asesoría en Diagnóstico Conferencista en talleres. |
| Lcda. Evelyn Hernández | Asesora EPSL | Dirigir proceso de asesoría en Plan de comunicación e informe de ejecución. |
| Lcda. Iliana Andrea Milian Gutiérrez | Directora Departamental SOSEP de A. V. | Avalar proyectos, coordinar y orientar sobre la institución a investigar. |
| Juan Mateo Xó Cucul | Epesista de Comunicación | Elaboración de Materiales y coordinador de talleres. |
| Dr. Wilmer Alexander Monzón Dubón | Coordinador del área de COVID-19 de Salamá B. V. | Conferencista en taller de capacitación al personal. |
| Lcdo. Josué Morales | Social Media Manager Cofiño Stahl | Conferencista en taller de capacitación al personal. |

Fuente: Elaboración propia

2. 14. Áreas Geográficas de Acción

Oficina departamental ubicada en la 5ª. Avenida 3-66 zona 3 de la Ciudad de Cobán, Alta Verapaz.

De manera virtual: cabeceras municipales de Cobán, San Pedro Carcha, San Juan Chamelco, Santa Cruz Verapaz, San Cristóbal Verapaz, Tactic, San Miguel Tucurú.

2. 15. Cuadro comparativo de la Estrategia

| Actividad o producto comunicacional | Objetivos específicos | Presupuesto | Recurso humano | Área geográfica de impacto | Beneficiarios | Fecha de ejecución |
|---|---|-------------|--|---|---|---------------------|
| Charlas virtuales Creación de manual de funciones y estructura del departamento de comunicación. | Demostrar la funcionalidad e importancia del Departamento de Comunicación, para el fortalecimiento de la comunicación interna en tiempos de crisis sanitaria. | Q 1,695.00 | - Conferencista - Epesista comunicación | Oficinas departamentales y cabeceras departamentales de manera virtual. | Empleados de la institución de sede departamental. | Agosto / Septiembre |
| Capacitaciones Talleres interactivos | Fortalecer las aptitudes del personal de la institución para el correcto flujo de información y funciones durante la crisis sanitaria por COVID-19. | Q 2,774.00 | - Conferencistas Epesista comunicación | Oficinas departamentales y cabeceras departamentales de manera virtual. | Empleados de la institución de sede departamental y público objetivo. | Agosto |
| Manual de protocolos y procedimientos para crisis sanitaria. | Diseñar manuales de procedimientos y protocolos para el correcto funcionamiento de los sistemas de comunicación interna ante contexto de pandemia, COVID-19. | Q 912.50 | Epesista comunicación | Oficinas departamentales y cabeceras departamentales de manera virtual. | Empleados de la institución de sede departamental y beneficiarios. | Agosto / Septiembre |

Fuente: Investigación propia

Capítulo 3

Ejecución de la Estrategia

3. Informe de la ejecución

Es en el informe de en donde se definen los aspectos importantes de cada una de las estrategias comunicacionales descritas en el Plan de Comunicación. Con la cual se pueda demostrar la ejecución, objetivos, medios y alcance en beneficio de una determinada población o grupo objetivo.

En la actualidad se posee una serie de herramientas digitales que permiten la correcta ejecución del Plan de Comunicación, con las cuales el comunicador puede obtener resultados en tiempo real logrando con ello, la implementación de la tecnología en el desenvolvimiento del individuo con su entorno y garantizar el perfecto funcionamiento de los sistemas de comunicación institucionales (M. Martínez, Comunicación Personal, 12 de agosto de 2020).

3.1. Estrategia del Departamento de Comunicación

Estrategia de Comunicación Interna desarrollada para el reconocimiento de las necesidades de comunicación que posee la SOSEP de Alta Verapaz a nivel interno, con la cual se demostró y explicó la importancia, funciones y beneficios de la creación del Departamento de Comunicación a nivel departamental. Las herramientas ejecutadas para tal estrategia se desarrollaron mediante charlas virtuales a los altos cargos de la institución.

3.1.1. Objetivo de la Actividad

Demostrar la funcionalidad e importancia del Departamento de Comunicación, para el fortalecimiento de la comunicación interna en tiempos de crisis sanitaria.

3.1.2. Medio Utilizado

El medio utilizado para el desarrollo de la estratégica fue: Digital, utilizando para ello la plataforma: Google *Meet*, con la cual se realizaron conferencias sobre las funciones y estructura de la Dirección de Comunicación Departamental. Mediante el uso de correo electrónico y *WhatsApp*. Se desarrolló el *Mailing* dirigido a la comunicación interna para la divulgación de la información requerida en el desarrollo de la conferencia.

3.1.3. Área geográfica de impacto

Cabecera departamental de Alta Verapaz, cabeceras municipales en donde se encuentra descentralizado los diferentes programas sociales que ejecuta la SOSEP, cabeceras departamentales en donde se encuentran oficinas de SOSEP de manera descentralizada.

3.1.4. Presupuesto en esta acción

Para la presente ejecución se detalla el presupuesto planificado para lograr la estrategia siendo:

| ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN 1 | | | |
|------------------------------|--|----------------------|--------------------|
| Cantidad | Descripción | Costo unitario / día | Costo Total |
| 1 | Asesoramiento profesional de Comunicación (epesista) | Q 12,000.00 | Q 12,000.00 |
| 1 | Conferencista | Q 750.00 | Q 750.00 |
| 2 | Red de Internet | Q 30.00 | Q 60.00 |
| 2 | Préstamo de equipo para presentaciones | Q 100.00 | Q 200.00 |
| 1 | Diseñador Gráfico (manual institucional) | Q 500.00 | Q 500.00 |
| 1 | Impresión full color (1 manual) | Q 110.00 | Q 110.00 |
| 1 | Empastado suave texcote (20 pag.) | Q 75.00 | Q 30.00 |
| | TOTAL | | Q 13,650.00 |

Fuente: Elaboración Propia

Los datos descritos anteriormente hacen referencia al presupuesto utilizado para la ejecución de la estrategia de comunicación, estos son de carácter informativo ya que no se tuvo un presupuesto otorgado por la institución para la ejecución de la misma. El recurso económico fue desarrollado mediante gestiones y bajo el asesoramiento profesional en comunicación del estudiante epesista sin injerencia de la institución.

3.1.5. Comprobación del Material



3.2. Estrategia de Fortalecimiento de personal uno a uno

Estrategia diseñada para colaborar con el departamento de recursos humanos y formación, fortaleciendo las aptitudes del personal de la institución, para el correcto flujo de la información y propiciar una comunicación efectiva entre empleados, colaboradores y público objetivo, mediante capacitaciones.

3.2.1. Objetivo de la Actividad

Fortalecer las aptitudes del personal de la institución para el correcto flujo de información y funciones durante la crisis sanitaria por COVID-19.

3.2.2. Medio Utilizado

El medio utilizado para el desarrollo de la estratégica fue: Digital, por medio de las plataformas: *Google Meet* y *Zoom*, con la cual se realizaron conferencias y talleres sobre el fortalecimiento de aptitudes del personal de la institución. Mediante el uso de correo electrónico y *WhatsApp*, se desarrolló el *Mailing* dirigido a la comunicación interna para la divulgación de la información requerida. Para el desarrollo de las conferencias y para la creación de una base de datos se utilizó *Google Forms*.

Los temas tratados durante las capacitaciones fueron:

Manejo de Comunicación Política y la Importancia de la Comunicación en tiempos de COVID-19

La fotografía como parte importante de la Comunicación y su uso Institucional

Protocolos de atención a la ciudadanía por COVID-19

En el proceso de capacitación se encontraron algunas deficiencias en el manejo de herramientas tecnológicas, manejo de las relaciones personales y recurso humano, esto de parte de empleados de la institución, por lo cual se les sugiere una segunda jornada de capacitación. Estas se plantearán como una continuación a la estrategia de Comunicación Interna y al fortalecimiento del personal.

La continuación a los talleres de capacitación queda como propuesta para darle continuidad al desarrollo profesional de los empleados de la institución. Se sugirieron los meses de octubre y noviembre para su ejecución, la realización de dichas actividades contendrá los siguientes temas:

La Comunicación Asertiva para la creación de un buen Clima Laboral.

Las Relaciones humanas como parte de una buena Comunicación Interna.

Uso y aplicación de herramientas digitales para el flujo correcto de la comunicación interna.

Zoom y Google Meet como herramienta para el desarrollo de reuniones departamentales y evitar la propagación de COVID-19.

3.2.3. Área geográfica de impacto

Cabecera departamental de Alta Verapaz, cabeceras municipales en donde se encuentra descentralizado los diferentes programas sociales que ejecuta la SOSEP.

3.2.4. Presupuesto en esta acción

Para la presente ejecución se detalla el presupuesto planificado para lograr la estrategia siendo:

| ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN 2 | | | |
|------------------------------|--|-----------------------------|--------------------|
| Cantidad | Descripción | Costo unitario / día / hora | Costo Total |
| 1 | Asesoramiento profesional de Comunicación (epesista) | Q 12,000.00 | Q 12,000.00 |
| 3 | Conferencista | Q 750.00 | Q 2,250.00 |
| 2 | Red de Internet | Q 30.00 | Q 60.00 |
| 2 | Préstamo de equipo para presentaciones | Q 100.00 | Q 200.00 |
| 33 | Diplomas virtuales (Diseñador Gráfico) | Q 8.00 | Q 264.00 |
| | TOTAL | | Q 14,774.00 |

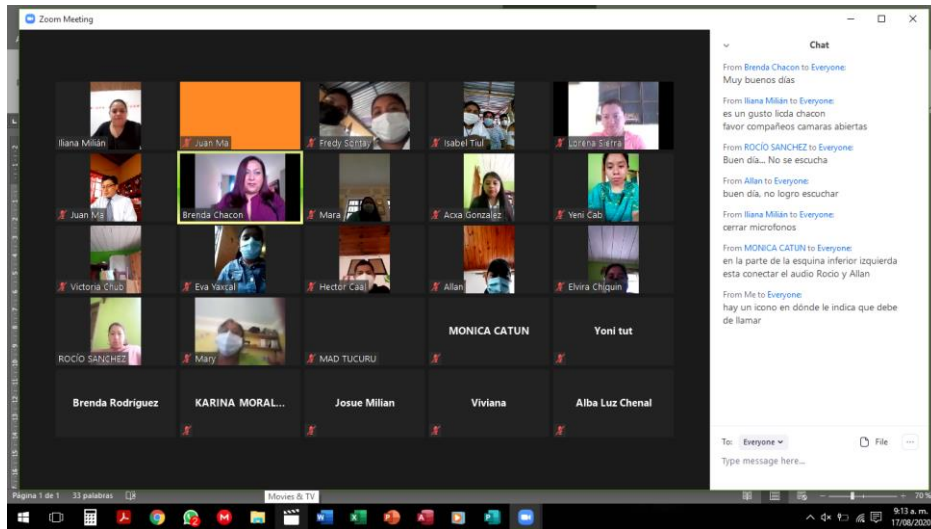
Fuente: Elaboración Propia

Los datos descritos anteriormente hacen referencia al presupuesto utilizado para la ejecución de la estrategia de comunicación. Estos son de carácter informativo ya que no se tuvo un presupuesto otorgado por la institución para la ejecución de la misma. El recurso económico fue desarrollado mediante gestiones y bajo el asesoramiento profesional en comunicación del estudiante epesista sin injerencia de la institución.

3.2.5. Comprobación del Material



Invitación Digital 1



Conferencia 1




LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA A TRAVÉS DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y LA SECRETARÍA DE OBRAS SOCIALES DE LA ESPOSA DEL PRESIDENTE -SOSEP- DE ALTA VERAPAZ

TE INVITAN AL
 TALLER FOTOGRAFICO

**LA FOTOGRAFÍA
 COMO PARTE
 IMPORTANTE DE
 LA COMUNICACIÓN
 Y SU USO
 INSTITUCIONAL**

CONFERENCISTA: JOSUÉ MORALES
 LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 FOTOGRAFO
 SOCIAL MEDIA MANAGER PÁG. CO-SIGMA

POR MEDIO DEL EJERCICIO PROFESIONAL
 SUPERVISADOR DE LICENCIATURA

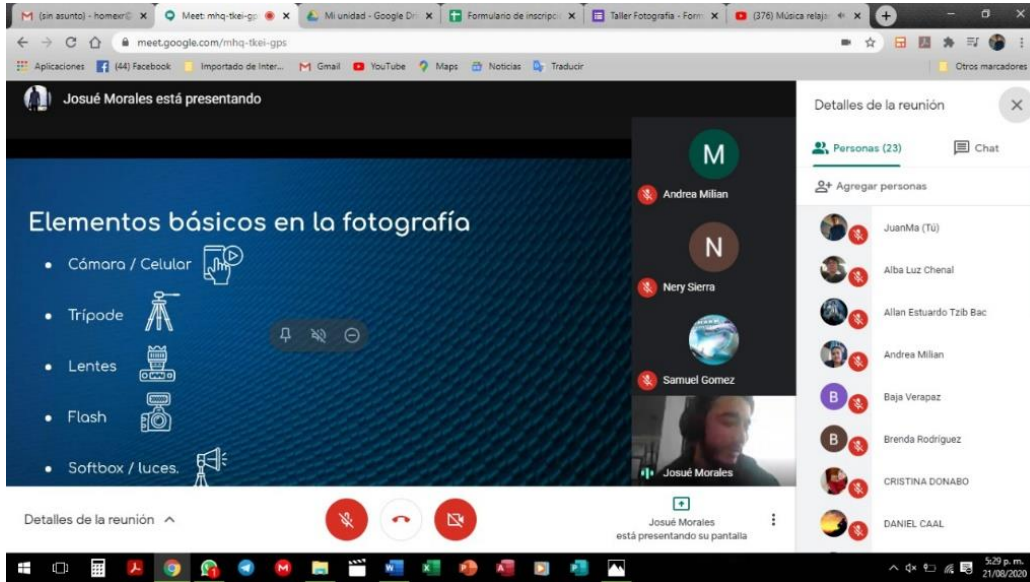
PLATAFORMA: 

VIERNES 21 DE AGOSTO
17:00 Hrs.

LINK DE INSCRIPCIÓN
<https://forms.gle/AdSemBzcV46LZ99f8>

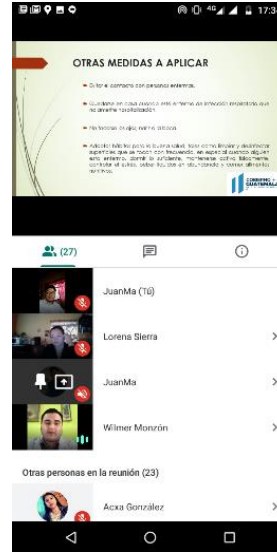
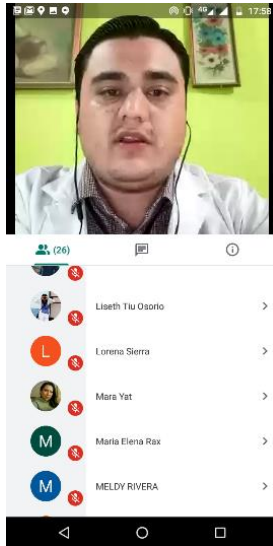


Invitación Digital 2



Conferencia 2

Invitación Digital 3



Conferencia 3



Diploma 1 Conferencistas



Diploma 2 Empleados

3.3. Estrategia de Diseño e implementación de manual de procedimientos y protocolos

El diseño e implementación de un manual de procedimientos y protocolos para mitigación de crisis sanitaria ante la reactivación laboral de manera presencial y segura, desarrolló el fortalecimiento de las necesidades internas como medidas externas en el funcionamiento y atención de la institución hacia la ciudadanía.

3.3.1. Objetivo de la Actividad

Diseñar manuales de procedimientos y protocolos para el correcto funcionamiento de los sistemas de comunicación interna ante contexto de pandemia, COVID-19.

3.3.2. Medio Utilizado

La estrategia contempló medios digitales e impresos. Los medios digitales corresponden a plataformas virtuales para la presentación, publicación del material y divulgación a los empleados de la institución. Los medios impresos, corresponden a la impresión del manual full color.

3.3.3. Área geográfica de impacto

Cabecera departamental de Alta Verapaz, cabeceras municipales en donde se encuentra descentralizado los diferentes programas sociales que ejecuta la SOSEP.

3.3.4. Presupuesto en esta acción

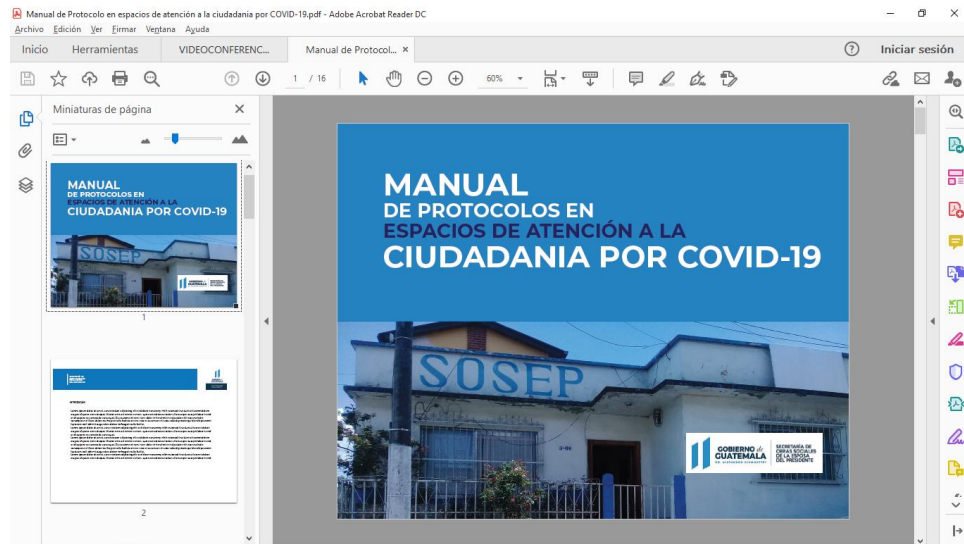
Para la presente ejecución se detalla el presupuesto planificado y así lograr la estrategia siendo:

| ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN 3 | | | |
|-------------------------------------|---|-----------------------------|--------------------|
| Cantidad | Descripción | Costo unitario / día | Costo Total |
| 1 | Asesoramiento profesional de Comunicación (epesista) | Q 12,000.00 | Q 12,000.00 |
| 1 | Diseñador Gráfico | Q 500.00 | Q 500.00 |
| 1 | Impresión full color, portada, contraportada (1 manual) | Q 110.00 | Q 110.00 |
| 1 | Empastado suave texcote (20 pag.) | Q 75.00 | Q 75.00 |
| 7 | CD / Solicitud de diseño | Q 5.00 | Q 35.00 |
| 7 | Impresión portada CD full color | Q 5.50 | Q 38.50 |
| 7 | Diseño etiqueta para CD | Q 5.00 | Q 35.00 |
| 7 | Quemado Disco CD | Q 15.00 | Q 105.00 |
| 7 | Sobre Disco / Solicitud de diseño | Q 2.00 | Q 14.00 |
| | TOTAL | | Q 12,912.50 |

Fuente: Elaboración propia.

Los datos descritos anteriormente hacen referencia al presupuesto utilizado para la ejecución de la estrategia de comunicación, estos son de carácter informativo ya que no se tuvo un presupuesto otorgado por la institución para la ejecución de la misma. El recurso económico fue desarrollado mediante gestiones y bajo el asesoramiento profesional en comunicación del estudiante epesista sin injerencia de la institución.

3.3.5. Comprobación del Material



Manual 2

3.4. Programación y calendarización

CRONOGRAMA GENERAL DE ACTIVIDADES DEL EPSL 2020

| No. | Actividad | MESES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------|--|-------|----|----|----|----|-------|----|----|----|----|------|----|----|----|----|-------|----|----|----|----|-------|----|----|----|----|--------|----|----|----|----|------------|----|----|----|----|---------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| | | Marzo | | | | | Abril | | | | | Mayo | | | | | Junio | | | | | Julio | | | | | Agosto | | | | | Septiembre | | | | | Octubre | | | | | | | | | |
| Meses | | S1 | S2 | S3 | S4 | S5 | S1 | S2 | S3 | S4 | S5 | S1 | S2 | S3 | S4 | S5 | S1 | S2 | S3 | S4 | S5 | S1 | S2 | S3 | S4 | S5 | S1 | S2 | S3 | S4 | S5 | S1 | S2 | S3 | S4 | S5 | S1 | S2 | S3 | S4 | S5 | S1 | S2 | S3 | S4 | S5 |
| 1 | Elaboración y entrega de informes de fase Propedéutica, más investigación de campo inicial | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Proceso de entrega papelería para completar inscripción EPS- Licenciatura | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Elaboración, revisión y entrega de la Evaluación 1. Diagnóstico de Comunicación | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Proceso de capacitación virtual mediante videoconferencias | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Elaboración y entrega - 2. Plan de Comunicación | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | 3. Ejecución de algunas Estrategias del Plan de Comunicación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | Entrega del informe de los 3 capítulos para revisión | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | |
| 8 | Recepción y revisión final de informe final | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | |
| 9 | Evaluaciones de los informes presentaciones individuales | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | |
| 10 | Impresión final de informe empastado con cd's | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| 11 | Finalización del EPS de Licenciatura-Entrega de notas a Control Académico | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |

Fuente: Elaboración Propia

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL EPSL 2020
CONFERENCIAS Y EJECUCION DE PLAN

| No. | Actividad | MESES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------|--|-------------------|---|----|----|----|-------|----|----|----|----|--------|---|----|----|----|------------|----|----|----|----|---------|----|----|----|----|-----------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|--|--|--|
| | | Mayo | | | | | Julio | | | | | Agosto | | | | | Septiembre | | | | | Octubre | | | | | Noviembre | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Videoconferencias | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Días / Semanas | 5 | 6 | 8 | 12 | 13 | 15 | 20 | 22 | 25 | 27 | 29 | 7 | 7 | 11 | 12 | 15 | 17 | 19 | 20 | 21 | 24 | 26 | 28 | S1 | S2 | S3 | S4 | S5 | S1 | S2 | S3 | S4 | S5 | S1 | S2 | S3 | S4 | S5 | | | |
| 1 | Videoconferencia Lic. Yoshiro Gómez con el tema: "Creatividad para Radio" 17:30 a 18:30 hrs. | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Videoconferencia Licenciada Brenda Chacón con el tema: "Comunicación Organizacional" | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Videoconferencia Licenciado Jonathan Mejía con el tema: "Comunicación en tiempos de crisis" | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Videoconferencia con Lic. Sergio Rinaldi con el tema de: "Los grandes Retos de nuestra profesión ante la crisis mundial y las nuevas tecnologías" | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Videoconferencia Licenciada Sandra de Corzo con el tema: "Árbol de Problemas y el HCIDA". | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Videoconferencia por el Máster Walter Pérez. Tema: "Redacción de objetivos para diagnóstico y estrategia de Comunicación". | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | Videoconferencia por la Licenciada Krista Ramírez Tema "Enfoque Cualitativo y Cuantitativo" | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8 | Videoconferencia por la Máster Evelin Hernández. Tema: "Análisis de recopilación de Datos". | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9 | Videoconferencia con un invitado especial con Licenciado Mynor Martínez con el tema: "Herramientas digitales para la nueva comunicación" | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10 | Videoconferencia por la Máster Evelin Morañán. Tema: "Herramientas de la Comunicación". | | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 11 | Videoconferencia por el Dr. José María Torres. Tema: Eficiencia de la Expresión Verbal en Video Conferencias Académicas. | | | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 12 | Invitado Especial, Conferencia con Publicista Raúl Urbina Tema: "La radio en línea en la Nueva Era Digital." | | | | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 13 | Conferencia Víctor Figueroa tema: "Salud y Seguridad Ocupacional y Normas Complementarias para la Prevención de COVID-19 en los lugares de trabajo". | | | | | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 14 | Conferencia M.A. Maynor Amézquita tema: "Desarrollo del Plan de Comunicación". | | | | | | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 15 | Conferencia Lic. Mynor Martínez tema: "Herramientas digitales para la ejecución del Plan de Comunicación" | | | | | | | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 16 | Conferencia Ricardo Girón tema: Manejo de Herramientas digitales y medios de Comunicación en la actualidad" | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 17 | Conferencia M.A. Marvin Sarmentos Tema: "Creando contenidos para redes sociales" | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 18 | Conferencia Flavio Pivaral Tema: "Herramientas para estrategias de comunicación digital efectivas" | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 19 | Conferencia M.A. Jorge Roberto Morales Tema: "El proceso de la estrategia de comunicación desde su concepto hasta la aplicación" | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 20 | Conferencia Licda. Edna Marroquín de León Tema: "La importancia de la comunicación interna en tiempos de crisis" | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 21 | Conferencia M.A. Evelin Hernández Tema: ¿Cómo evaluar mi proyecto de comunicación?" | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 22 | Conferencia Licda. Krista Ramírez Tema: "Organizar, Controlar y Concluir" | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Ejecucion | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Conferencia Licda. Brenda Chacón Tema: Manejo de la Comunicación Política y la Importancia de la Comunicación en tiempos de COVID-19 (Estrategia 2) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Conferencia Lic. Josué Morales Tema: "La fotografía como parte importante de la comunicación y su uso institucional" (Estrategia 2) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Conferencia Dr. Wilmer Monzón Tema: "Protocolos de atención a la ciudadanía por COVID-19" | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Conferencia Juan Mateo Xó Cucul Tema: "Guía del perfil y funciones del delegado departamental de Comunicación Social" | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Conferencia Juan Mateo Xó Cucul Tema: "Manual de protocolos en espacios de atención a la ciudadanía por COVID-19" | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | Conferencia: La Comunicación Asertiva para la creación de un buen Clima Laboral (Tema: Seguimiento estrategia 2) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8 | Conferencia: Las Relaciones humanas como parte de una buena Comunicación Interna (Tema: Seguimiento estrategia 2) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9 | Conferencia: Uso y aplicación de herramientas digitales para el flujo correcto de la comunicación interna (Tema: Seguimiento estrategia 2) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10 | Conferencia: Zoom y Google Meet como herramienta para el desarrollo de reuniones departamentales para evitar la propagación de COVID-19 (Tema: Seguimiento estrategia 2) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Fuente: Elaboración propia

3.5. Conclusiones

El fortalecimiento de los sistemas de comunicación dentro de la SOSEP, desarrollaron acciones que mejoran los procesos actuales de comunicación de forma interna, contextualizando a la institución dentro de la pandemia COVID-19.

Sin un departamento de Comunicación Social Departamental dentro de la SOSEP de Alta Verapaz no se puede garantizar la continuidad del correcto desarrollo de los procesos de comunicación tanto interna como externa. Dejando a un lado la planificación estratégica de acciones que benefician a la institución y su público objetivo en el alcance de objetivos y metas.

El correcto fortalecimiento de los diferentes sistemas de comunicación interna da como resultado la actualización y capacitación de las aptitudes del personal de la institución, logrando con ello el correcto flujo de información y desarrollo óptimo de funciones.

La creación o el reforzamiento a los distintos procedimientos y protocolos de atención a la ciudadanía por COVID-19 dentro de la SOSEP de Alta Verapaz, es el resultado del correcto funcionamiento de los sistemas de comunicación interna, creados para la atención adecuada de los servicios ofrecidos por la institución hacia su público objetivo o beneficiarios.

3.6. Recomendaciones

Desarrollar una fase propedéutica acorde a las necesidades de la institución a investigar como también del estudiante epesista. Implementar para ello conferencias previas a cada una de las fases del programa de Ejercicio Profesional Supervisado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación -ECC- de la Universidad de San Carlos de Guatemala -USAC-.

Implementar un sistema de monitoreo de la ECC, que permita a estudiantes poder tener facilidades de desarrollo del Ejercicio Profesional Supervisado en sus lugares de origen. Coordinar con profesionales egresados en los diferentes departamentos de la república o acoplando una oficina de Comunicación en cada una de las extensiones de la USAC, en donde se le pueda dar el acompañamiento al estudiante epesista.

Creación de una plataforma digital dentro de la ECC que permita el registro y verificación de los procesos de investigación de manera sistemática y bajo normas de investigación internacionales vigentes, con la cual se pueda verificar la originalidad de la investigación, derechos de autor, entre otros, y con ello poder realizar gestiones de manera virtual y a distancia.

IV. Referencias Bibliográficas / E grafías

Referencias

Arredondo Cospín, V. S. (2006). *Creación de un Departamento de Comunicación en la Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia (SEGEPLAN)*. (Tesis pregrado). Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala.

Bruno, D. (2016). *El Diagnostico de Comunicación*. Fac. de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de La Plata

Chacón, B. Y. (2016). *Comunicación organizacional interna Estrategia y tácticas* (Tesina postgrado). Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala.

Corbetta P. (2007). *Metodología y Técnicas de Investigación Social*. España: Editorial Closas-Orcoyen, S.L.

García, C. (2012). *“Diagnóstico de la situación de comunicación Organizacional interna en el instituto nacional De cooperativas –Inacop-“* (Tesis Pregrado). Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala

Hortas, P. et al. (2007). *La comunicación de empresa ante una crisis*. En Túñez López, M. (Coord.). (2007). *Comunicación preventiva. Planificación y ejecución de estrategias de información interna y externa ante situaciones de crisis*. (pp. 147-169). España: Editorial Netbiblo, S. L.

Mejía Cruz, O. E. (2012). *Uso de Redes Sociales como Medio Comercial*. (Tesis pregrado). Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala

Pérez, T. A. (2012). Marshall McLuhan, las redes sociales y la Aldea Global. *Revista Educación y Tecnología*, (2), 8-20.

Piazzo, V. (2012). *Crisis en la Web 2.0: Gestión de la comunicación para preservar la imagen y la reputación organizacional online* (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Barcelona, España.

Reyes Polanco, M. A. (2015). *Diagnóstico y Estrategias de Comunicación Interna para el Fortalecimiento del Clima Laboral en la sede Banrural ubicada en zona 9*. (Tesis de pregrado). Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala

Salazar, G. R. (2007). *Rol que desempeña la trabajadora social en el programa Hogares Comunitarios (área metropolitana)*. (Tesis de pregrado). Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala

Sett, S. I. (2010). *Centro De Día San Jerónimo Emiliani, Zona 6 Del Municipio De Chinautla, Programa Para El Adulto Mayor Pronam, Secretaría De Obras Sociales De La Esposa Del Presidente, SOSEP* (Tesis de pregrado). Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala.

Tartabini, A. M. (2003). *La Comunicación en situaciones de crisis: importancia de un plan de comunicación*. (Tesis posgrado). Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Económicas. Argentina

Vitola Mejía, M. N. (2006). *Análisis de la Función de la Secretaría de Coordinación Ejecutiva de la Presidencia, en el Fortalecimiento del Sistema De Consejos de Desarrollo Urbano y Rural*. (Tesis pregrado). Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala.

Watzlawick, P., Beavin, J. y Jackson, D. (1991) *Teoría de la comunicación humana. Interacciones, patologías y paradojas*, Barcelona: Herder.

E grafías.

Betancourt, D.F. (19 de abril de 2018). *Como hacer el análisis FODA (matriz FADO) paso a paso + ejemplo práctico*. Recuperado el 22 de junio de 2020, de Ingenio Empresa: www.ingenioempresa.com/matriz-foda

Chacón, B. (06 de mayo de 2020). *Comunicación Organizacional o Corporativa* (Diapositivas de PDF). Recuperado el 13 de julio de 2020, de: <https://drive.google.com/file/d/1qmTEHmyEIwW7AZ4NxHdxA42DmBFMI8m2/view>

Enz, A. (2012). *Manual de comunicación para organizaciones sociales hacia una gestión estratégica y participativa*. Recuperado de: www.comunia.org.ar/manual-com-org-soc.pdf&ved=2ahUKEwi1-fup_9TqAhWFT98KHRt2B58QFjABegQIBhAH&usg=AOvVaw1KpIaw8P7m2mCFdgqHxmce

Ejecutivo, O. (1991). Acuerdo Gubernativo Número 893-91. Diario Oficial de Centro América. Recuperado el 05 de 06 de 2020, de SOSEP: <http://transparenciaold.minfin.gob.gt/transparencia/BibliotecaDigital/Documentos%20Area%20Gubernamental/Sosep.pdf>

Ejecutivo, O. (1994). Acuerdo Gubernativo Número 351-94. Diario Oficial de Centro América. Recuperado el 05 de junio de 2020, de SOSEP: <http://transparenciaold.minfin.gob.gt/transparencia/BibliotecaDigital/Documentos%20Area%20Gubernamental/Sosep.pdf>

Ejecutivo, O. (2020). Acuerdo Gubernativo Número 5-2020. Diario Oficial de Centro América. Recuperado el 05 de junio de 2020, de: <https://www.aguilarcastillolove.com/assets/covid->

19/guatemala/documents/06.03.2020%20Decreto%20Gubernativo%205-
2020%20Estado%20de%20Calamidad.pdf

Ejecutivo, O. (2020). Acuerdo Gubernativo Número 6-2020. Diario Oficial de Centro América. Recuperado el 05 de junio de 2020, de:
<https://www.aguilarcastillolove.com/assets/covid-19/guatemala/documents/06.03.2020%20Decreto%20Gubernativo%205-2020%20Estado%20de%20Calamidad.pdf>

Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación: sexta edición* (sexta edición ed.) [Libro electrónico]. Interamericana Editores, S.A. de C.V. Recuperado de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Moreno, Ó. (23 junio de 2019). *¿Cuáles son los canales de comunicación más efectivos?* Instasent. Recuperado de: <https://www.instasent.com/blog/cuales-son-los-canales-de-comunicacion-mas-efectivos>

Portal Resultados del Censo 2018. (2019). Recuperado 15 de junio de 2020, de <https://www.censopoblacion.gt/graficas>

Repositorio UDGVirtual: *Como elaborar el plan de comunicación: manuales prácticos de la PYME*. (s. f.). Como elaborar el plan de comunicación: manuales prácticos de la PYME. Recuperado 15 de junio de 2020, de <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/1919>

Rodrigo M. (1995). *Portal de la Comunicación inCOM URB, Aula Abierta. Lecciones Básicas. Modelos de la Comunicación*. Recuperado de <http://portalcomunicacao.com/download/20.pdf&ved=2ahUKEwifr>

Rosales, M. (04 de marzo de 2020). *Diagnóstico de Comunicación* (Diapositivas de PDF). Recuperado el 13 de julio de 2020, de: https://drive.google.com/file/d/167pTk-O8xICWJCH_DBIRjCq_rPcaoPql/view

Torres, Mirla, & Rivero, Sinaí, & Purdhomme, Yelitza (2015). Estrategias para el desarrollo de proyectos sociointegradores. *Omnia*, 21(2), 105-116. (fecha de consulta 14 de julio de 2020). ISSN: 1315-8856. Disponible en: https://www.redalyc.org/pdf/737/73743366008.pdf&ved=2ahUKEwi_7dGAhdPqAhVPd6wKHdRaCB8QFjAAegQIAxAB&usg=AOvVaw0j-wpgN8WPAMUG5UaPrhOm

Valentín, M, (2020). *Qué Es Y Cómo Elaborar Un Plan De Comunicación*. (online) Thinking for Innovation. Recuperado 14 de julio de 2020 de: <https://www.iebschool.com/blog/elaborar-plan-comunicacion-9-pasos-comunicacion-digital/#:~:text=Un%20plan%20de%20comunicaci%C3%B3n%20es,con%20su%20p%C3%ABlico...>

V. Anexos:

Anexo 1 Encuestas Online

Página 1 de 2

docs.google.com/forms/d/

Encuesta "Identificar los medios de comunicación interna y digital de SOSEP de Alta Verapaz ante COVID-19"

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

DIAGNÓSTICO DE COMUNICACION
El manejo de los datos es estrictamente confidencial. Los resultados serán importantes para el apoyo de su institución para el futuro manejo estratégico de su comunicación interna y externa.
Este instrumento está dirigido a personal de planta, administrativo, técnico y colaboradores de la Secretaría de Obras Sociales de la Escuela del Proceso SOSEP del departamento de Alta Verapaz.
Agradecemos su participación.

PARTE INFORMATIVA

Sexo: *

Femenino
 Masculino

Rango de edad: *

De 18 - 25 años
 De 26 - 35 años
 De 36 - 45 años
 De 46 años en adelante

Seleccione una de las opciones de personal dentro de SOSEP a la cual pertenece. *

Eligi

Ante la emergencia sanitaria por la pandemia COVID-19, ¿Ha utilizado las Redes Sociales para desarrollar procesos de comunicación? *

Sí
 No

Si su respuesta anterior fue negativa diga por qué:

Tu respuesta

Seleccione qué Redes Sociales conoce y utiliza para comunicarse? *

Facebook
 WhatsApp
 Instagram
 Twitter
 Otros:

El uso de Redes Sociales ha logrado la comunicación directa y ha generado respuesta con su receptor? *

Sí
 No

Si su respuesta anterior fue negativa diga por qué:

Tu respuesta

Ha utilizado alguna aplicación actual para el desarrollo de videoconferencias? *

Sí
 No

Si su respuesta anterior fue negativa diga por qué:

Tu respuesta

Seleccione las aplicaciones que conozca o ha utilizado para el desarrollo de una video conferencia? *

Zoom
 Google Meet
 Messenger Rooms
 Messenger
 WhatsApp
 Face Time
 Google Duo
 Skype
 Otros:

Página 1 de 2

Siempre

Nunca envíes contraseñas a través de formularios de Google.
Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) - [Condiciones del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios

Página 2 de 2

docs.google.com/forms/d/

Encuesta "Identificar los medios de comunicación interna y digital de SOSEP de Alta Verapaz ante COVID-19"

*Obligatorio

Questionario Electrónico

Indique su respuesta dando clic o completando en el cuadro correspondiente.

1. La Secretaría de Obras Sociales de la Escuela del Presidente - SOSEP-, posee manual de crisis con el cual pudo mitigar el impacto de la pandemia COVID-19? *

Sí
 No
 Desconozco

Si su respuesta anterior fue negativa o desconoce, explique por qué:

Tu respuesta

2. La SOSEP para mitigar las condiciones desfavorables por la Pandemia COVID-19 ¿implementa algún plan de comunicación Interna y Externa? *

Sí
 No
 Desconozco

Si su respuesta anterior fue negativa o desconoce, explique por qué:

Tu respuesta

3. ¿De qué manera se reactivó la comunicación interna en su institución al momento de conocer el impacto de la Pandemia COVID-19 y cierre de negocios? *

Redes sociales
 Via telefónica
 Presencial
 Desconozco
 Otros:

Si su respuesta anterior fue desconozco, explique por qué:

Tu respuesta

4. ¿La institución cuenta con tecnología y personal capacitado para dar respuesta inmediata a competencias, aplicaciones, producción, tratamiento y comunicación de información? *

Sí
 No
 No es de mi conocimiento

Si su respuesta anterior fue "No es de mi conocimiento", ¿Por qué considera que no cuenta con esta información?

Falta de Conocimiento
 Falta de interés

Si su respuesta anterior fue "No es de mi conocimiento", ¿Por qué considera que no cuenta con esta información?

Falta de oportunidades
 Falta de interés

6. ¿La comunicación está fluyendo efectivamente entre los jefes y los colaboradores? *

Sí
 No
 Desconozco

Si su respuesta anterior fue negativa o desconoce, explique por qué:

Tu respuesta

7. ¿Cómo es la función de los canales de comunicación interna en su institución durante la emergencia COVID-19? *

Mala
 Regular
 Buena
 Muy buena

8. ¿Seleccione qué Redes Sociales conoce y utiliza para comunicarse dentro de la institución ante la emergencia sanitaria por la Pandemia COVID-19? *

Facebook
 WhatsApp
 Instagram
 Twitter
 Correo electrónico
 Otros:

9. ¿Cuál o cuáles considera que son los canales de comunicación interna más efectivos en una crisis como la actual? *

Redes Sociales
 Comunicación personal
 Via Telefónica
 Televisión
 Radio
 Prensa
 Otros:

10. Seleccione las Redes Sociales por las cuales le gustaría tener buena comunicación interna y recibir información reciente de la institución? *

Facebook
 Twitter
 Instagram
 WhatsApp
 Telegram
 Correo electrónico
 MSM (mensaje de texto)
 Otros:

Página 2 de 2

Atras Enviar

Nunca envíes contraseñas a través de formularios de Google.
Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) - [Condiciones del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios

Anexo 2 Formato de entrevista



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE
GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO 2020



Nombre: _____
Cargo: _____
Fecha: _____

Comunicación Interna / Canales de Comunicación

1. ¿Qué actividades realiza la institución?
2. ¿Qué actividades ha realizado la institución para garantizar una buena comunicación?
3. ¿Qué canales de comunicación ha utilizado SOSEP para difundir información?
4. ¿Cómo es la comunicación de jefes a empleados?
5. ¿Cómo es la comunicación de empleados a jefes?
6. ¿Cómo es la comunicación entre empleados?
7. ¿Existe un buen clima laboral?
8. ¿La SOSEP departamental posee institucionales?
9. ¿Qué actividades quisiera que realicen la SOSEP para contrarrestar la pandemia de COVID-19 dentro de la institución?
10. ¿Actualmente en SOSEP promueve el teletrabajo?
11. ¿Qué herramientas, programas o aplicaciones utiliza para poder realizar sus funciones de manera virtual?
12. ¿Cómo le gustaría que fuera la comunicación en la institución?

Anexo 3 Fotografías



Fotografía 1 Sede Departamental



Fotografía 2 Recepción / Secretaría



Fotografía 3 Áreas Administrativas



Fotografía 4 Cartelera Informativa



Fotografía 5 Personal Administrativo

Anexo 4 Cotizaciones



COTIZACIÓN



COTIZACIÓN

CLIENTE: JUAN MATEO CUCUL COTIZACIÓN No. 009640

EMAIL: jma3082@gmail.com FECHA: 14 de Septiembre

TELÉFONO: 30322260 COTIZACIÓN VÁLIDA: 7 días

CLIENTE: JUAN MATEO CUCUL COTIZACIÓN No. 009639

EMAIL: jma3082@gmail.com FECHA: 14 de Septiembre

TELÉFONO: 30322260 COTIZACIÓN VÁLIDA: 7 días

NUESTROS SERVICIOS SON ALTAMENTE ESPECIALIZADOS Y DE EXCELENTE CALIDAD.

| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN | PRECIO UNITARIO | TOTAL |
|--------------|---|-----------------|------------------|
| 7 | ETIQUETA PARA DISCO / Solicitud de Diseño | Q. 5.00 | Q. 35.00 |
| 7 | IMPRESION COLOR / FULL COLOR CARTA PAPEL PROPIO / Solicitud de Diseño | Q. 5.50 | Q. 38.50 |
| 7 | DISCO CD / Solicitud de Diseño | Q. 5.00 | Q. 35.00 |
| 7 | QUEMADO DISCO CD / Solicitud de Diseño | Q. 15.00 | Q. 105.00 |
| 7 | SOBRE DISCO / Solicitud de Diseño | Q. 2.00 | Q. 14.00 |
| Total | | | Q. 227.50 |

NOTA: El valor de esta cotización está sujeto a revisión si al momento de recibir el material hay cambios de las especificaciones solicitadas.

El cliente acepta los diseños como artes finales en el momento que firma la cotización, la cual puede ser tomada como orden de compra.

Firma de Aceptado / Fecha

NUESTROS SERVICIOS SON ALTAMENTE ESPECIALIZADOS Y DE EXCELENTE CALIDAD.

| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN | PRECIO UNITARIO | TOTAL |
|--------------|---|-----------------|-----------------|
| 1 | EMPASTADO SUAVE PASTA TEXTOTE - HORIZONTAL - NÚMERO DE HOJAS 25 - CARTA | Q. 75.00 | Q. 75.00 |
| Total | | | Q. 75.00 |


NOTA: El valor de esta cotización está sujeto a revisión si al momento de recibir el material hay cambios de las especificaciones solicitadas.

El cliente acepta los diseños como artes finales en el momento que firma la cotización, la cual puede ser tomada como orden de compra.

Firma de Aceptado / Fecha

22961696 / 97 - 47408809
cotizaciones@lastminute.net.gt
www.lastminute.net.gt

22961696 / 97 - 47408809
cotizaciones@lastminute.net.gt
www.lastminute.net.gt



COTIZACIÓN

CLIENTE: JUAN MATEO CUCUL COTIZACIÓN No. 009638

EMAIL: jma3082@gmail.com FECHA: 14 de Septiembre

TELÉFONO: 30322260 COTIZACIÓN VÁLIDA: 7 días

NUESTROS SERVICIOS SON ALTAMENTE ESPECIALIZADOS Y DE EXCELENTE CALIDAD.

| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN | PRECIO UNITARIO | TOTAL |
|--------------|---|-----------------|------------------|
| 20 | IMPRESION COLOR / FULL COLOR CARTA BOND | Q. 5.50 | Q. 110.00 |
| | Tiro / Full Color | Q. 0.00 | Q. 0.00 |
| Total | | | Q. 110.00 |

NOTA: El valor de esta cotización está sujeto a revisión si al momento de recibir el material hay cambios de las especificaciones solicitadas.

El cliente acepta los diseños como artes finales en el momento que firma la cotización, la cual puede ser tomada como orden de compra.

Firma de Aceptado / Fecha

22961696 / 97 - 47408809
cotizaciones@lastminute.net.gt
www.lastminute.net.gt

Factura

MARIA DEL CARMEN, JAVIER MORALES DE YAT
NI Emisor: 25747340
GRAFIMANIA
1A CALLE zona 3, Cobán, ALTA VERAPAZ

NIT Receptor: 30344909
Nombre Receptor: JUAN MATEO, XO CUCUL


NÚMERO DE AUTORIZACIÓN:
FF980BA7-82C3-4EDC-8651-75F8E8DFC138
Serie: FF980BA7 Número de OTE: 2159837788
Número Acceso:
Fecha y hora de emisión: 07-08-2020 14:22:45
Fecha y hora de certificación: 07-08-2020 14:22:45
Moneda: GTQ

| año | B/S | Cantidad | Descripción | P. Utilización IVA (%) | Deducción (Q) | Total (Q) | Impuestos |
|-----------------|----------|----------|-------------------------|------------------------|---------------|------------|------------|
| 2020 | Servicio | 1 | Impresión de dos folios | 115.00 | 0.00 | 115.00 IVA | 115.00 IVA |
| TOTALES: | | | | 0.00 | | 115.00 IVA | 115.00 IVA |

* Sujeto a retención definitiva ISR.

Datos del certificado

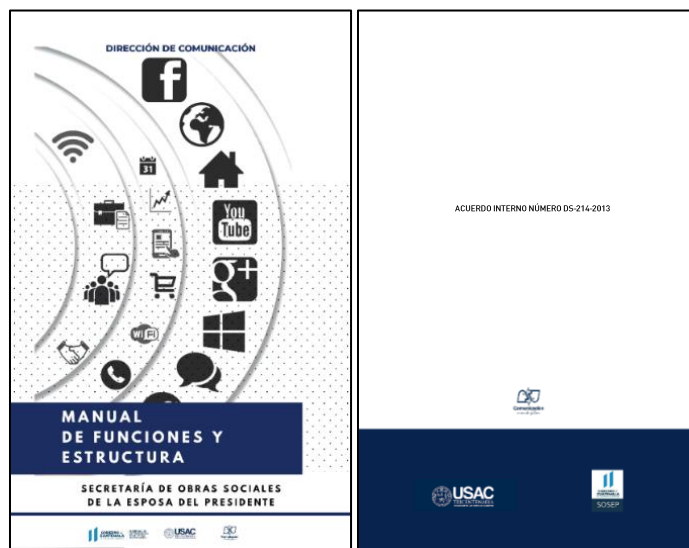
Superintendencia de Administraciones Tributarias NIT: 1669349



1

Anexo 5 Bocetos

Manuales



Boceto 1 Manual – Portada y Contraportada



Boceto 2 Manual 2 – Portada y Contraportada

Invitaciones virtuales



Boceto 2 Invitación 1

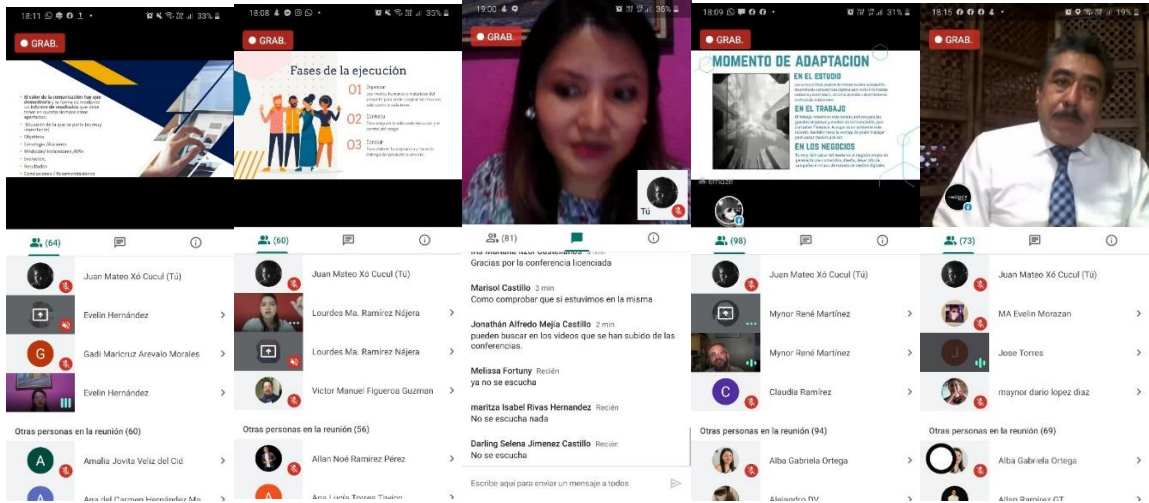


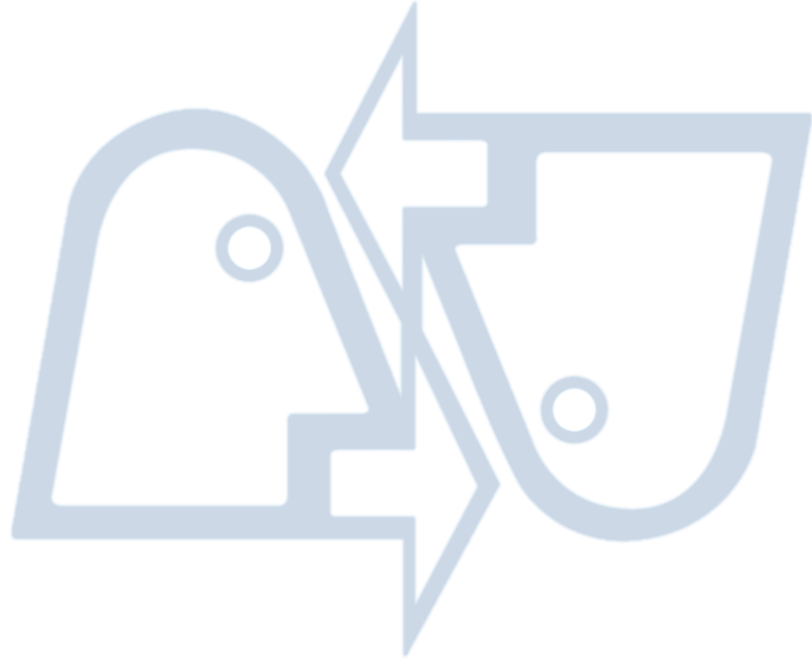
Boceto 4 Invitación 2



Boceto 5 Invitación 3

Anexo 6 Videoconferencias





Comunicación
creando futuro