

Universidad de San Carlos de Guatemala

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

The seal of the Universidad de San Carlos de Guatemala is a large, circular emblem in the background. It features a central shield with a figure on horseback, a castle, and a lion. The shield is surrounded by a circular border containing the Latin text "ACADEMIA CAROLINA CONSPICUA ACAD. COACTEMAL. ENSIS INTER CETERAS".

**DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y
EXTERNA DEL COMITÉ PERMANENTE DE EXPOSICIONES –
COPEREX-**

LUIS FERNANDO BARRERA

2000 17138

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, OCTUBRE 2022

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de La Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado



**DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y
EXTERNA DEL COMITÉ PERMANENTE DE EXPOSICIONES –
COPEREX-**

Comunicación

creando futuro

Presentado por:

Luis Fernando Barrera

Previo a optar el título de:

Licenciado en Ciencias de La Comunicación

Asesor/a:

M.A. Evelin Hernández



Guatemala, octubre 2022

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Director

Lic. César Augusto Paiz Fernández

Consejo Directivo

Representantes Docentes

M.A. Silvia Regina Miranda López

Dr. Julio Ochoa España

Representantes Estudiantiles

José Guillermo Herrera López

Representante de Egresados

M.Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

Comisión de EPS de Licenciatura

Coordinador

M.A Luis Arturo Pedroza Gaytán

Supervisoras

M.A. Evelin Hernández

M.A. Evelin Morazán Gaitán

Licda. Krista María Ramírez

Licda. Brenda Yanira Chacón Arévalo

Supervisores

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

Lic. Luis Fernando Lucero

Lic. Mynor René Martínez

M.A Edgar Martínez

M.A Allan López



Guatemala 19 de Octubre 2022

Estudiante de EPS de Licenciatura

Luis Fernando Barrera

Registro académico 200017183

Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Después de evaluar su trabajo académico de forma digital titulado: **“DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DEL COMITÉ PERMANENTE DE EXPOSICIONES –COPEREX-”** y luego de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, es aprobado por unanimidad por parte del tribunal examinador.

Por tanto, se autoriza el trabajo final en el acta de cierre respectiva y su entrega de forma digital en un total de (6) ejemplares en CD's con el documento incluido en formato PDF, los cuales deberá entregar una copia a la Institución o Empresa donde realizó su EPS, una copia para su trámite de colegiado y el resto a la coordinación de EPS de Licenciatura para posteriormente ser entregados a Biblioteca Central, Biblioteca Flavio Herrera y Secretaría de la ECC.

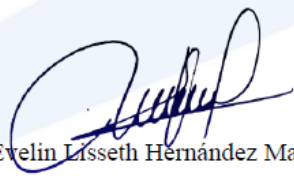
Sin más que hacer constar,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



M.A Luis Arturo Pedroza Gaytán

Coordinador



M.A Evelin Lisseth Hernández Mazariegos
Supervisora EPS de Licenciatura



Guatemala, 10 de febrero 2022

EPSL-2022

Lic. Byron René Azmitia Pereira
Sub Gerente
Lic. Carlos Antonio Shol
Director Administrativo
Comité Permanente de Exposiciones -COPEREX-
Presente.

Reciba un cordial saludo por parte de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

A través de la presente se extiende la solicitud para autorizar el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación del/la estudiante: **Luis Fernando Barrera** con número de registro académico **2000 17138** y Carné **1922 27378 0101** quién manifestó el deseo de realizar su práctica profesional en su prestigiosa institución y para tal efecto se requiere lo siguiente:

- Extender una carta de aceptación en papel membretado, firmado y sellado.
- Proporcionar apoyo al/la estudiante en lo referente a proveer información y autorización para actividades propias del programa.
- Asignar a un representante que labore en la empresa/institución como responsable directo del/la estudiante practicante.
- Brindar al estudiante la apertura que le permita desarrollar cada una de las fases del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (Diagnóstico, Plan y Ejecución de un proyecto de comunicación).
- Autorizar que el/la estudiante incluya toda la información que se derive del presente Ejercicio Profesional Supervisado a través de un documento de informe final (IFEPS) el cual será publicado en las instancias que corresponde (Bibliotecas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Biblioteca de la Escuela de Ciencias de la Comunicación "Flavio Herrera", colegio de Humanidades, así como una copia interna en la Coordinación del EPS de Licenciatura).
- Autorizar que se supervise la práctica profesional por parte de los docentes supervisores.
- Garantizar, para el resguardo del/la estudiante, el cumplimiento de las normas sanitarias correspondientes a la actual pandemia covid-19.

Atentamente

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



M.A. Luis Pedroza

Coordinador EPS de Licenciatura
Cel. 42178224 / 55028866

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

Copia estudiante / supervisor





RESOLUCIÓN 069/2022

El infrascrito Secretario de la Junta Directiva ad. Ínterim del Comité Permanente de Exposiciones -COPEREX-, Lic. Byron Azmitia Pereira, **CERTIFICA:** Haber tenido a la vista el Libro de Actas de Sesiones de Junta Directiva, correspondiente al año dos mil veintidós en el que se encuentra inscrita el Acta trece guion dos mil veintidós, de fecha quince de febrero del dos mil veintidós, que en su punto sexto se transcribe literalmente:

SEXTO: Junta Directiva tuvo a la vista el Oficio ALM004-177-2022 emitido por el señor Luis Fernando Barrera, Jefe de Almacén de Materiales y Suministros, por medio del cual solicita aprobación de realizar su Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- en la institución, donde procederá a efectuar un Diagnóstico comunicacional con su respectivo plan y proyecto de campo, el cual lo realizará después del horario laboral quedándose dos horas diarias después de las 15:00 horas y asistiendo los días sábados. Junta Directiva se da por enterada y por unanimidad de los presentes **RESUELVE 069/2022** En base al Oficio ALM004-177-2022 emitido por el señor Luis Fernando Barrera, Jefe de Almacén de Materiales y Suministros, aprobar realice su Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- en la institución fuera del horario laboral para no interrumpir sus funciones asignadas.

Y para los usos que convenga, extendiendo la presente Certificación a los diecisiete días del mes de febrero de dos mil veintidós.



COPEREX
Comité Permanente de Exposiciones
SECRETARIO a.i. JUNTA DIRECTIVA

Recibido:


Un lugar para no olvidar



Guatemala, 28 de febrero de 2022
AD-CS-34-231-2022

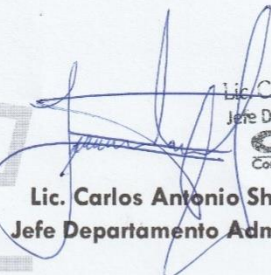
MA. Luis Pedroza Gaytán
Coordinador EPS de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Respetable Licenciado Pedroza:

Es un gusto saludarle esperando que todas sus actividades sean de muchos éxitos, por este medio sírvase encontrar adjunto la resolución de la sesión efectuada el día quince de febrero del presente año por Junta Directiva del Comité Permanente de Exposiciones -COPEREX- de conformidad a solicitud realizada conjuntamente con el señor Luis Fernando Barrera.


Por tal razón se adjunta certificación original de la resolución 069/2022, del Acta 13-2022, punto sexto donde se detalla la decisión tomada por Junta Directiva de -COPEREX-, en aprobar el Ejercicio Profesional Supervisado en la institución y resuelve por unanimidad de los integrantes y presentes, que se realice dicho ejercicio con las condiciones establecidas y sugeridas con el horario planteado por el Señor Luis Fernando Barrera, donde se le brindará todo el apoyo para cumplimiento de las diferentes fases del Ejercicio Profesional Supervisado -EPS-, así como el Diagnóstico Comunicacional con su respectivo Plan y Proyecto comunicacional de campo.

Atentamente,


Lic. Carlos Antonio Shol Rodas
Jefe Departamento Administrativo
COPEREX
Comité Permanente de Exposiciones


Comité Permanente De Exposiciones
Lic. Byron René Azmitia Pereira
Subgerente

Un lugar para no olvidar



Para efectos legales, únicamente la/el autor (a)
es responsable del contenido del presente trabajo.



Dedicatoria

Dios, Virgen del Rosario, San Francisco de Asís, Virgen de Guadalupe, San Judas Tadeo

Por ser mis oraciones, mi fortaleza y por haberme levantado una y otra vez. Por la protección y por aumentar mi fe.

Mi madre, Angela Barrera Fuentes

Por ese sacrificio desde haberme concebido y sacarme sola adelante, a ti dedico este trabajo por ser mi compañera de penas, tristezas, decepciones, y hoy alegrías, como no sentirme agradecido con la vida y que estos momentos estés acá conmigo disfrutando este sacrificio.

Especialmente a la familia Hernández Fernández

Por ese apoyo recibido en este proyecto, por creer en mí y darme ese apoyo muy agradecido con Vilma por esos momentos de alegría y esfuerzo, Karla y Brenda por tantas vivencias y enseñanzas, me siento muy agradecido por este paso en mi vida por ustedes.

Agradecimiento a la familia López

Por ese apoyo recibido desde el cielo de Ángel Salvador de León, de mi segunda madre Odilia López, Lucky López, Marche mi sobrina especial, Gary López y familia que me apoyaron en ese proceso de crecimiento.

Personas especiales en parte de este proyecto

Acá quiero agradecer a personas que en un momento me expresaron todo ese apoyo, para lograr que finalizara este proyecto de investigación, que no bajaré o desistiera de terminar la investigación, agradecimiento, a mis hermanos y amigos Giancarlo Contreras, Álvaro Bobadilla, Marlon Quezada, Luis Kezzer y Carlos Shol, María José Álvarez, y en especial a la familia Galindo, María Eugenia Galindo y Andree, así como el apoyo recibido del Licenciado Raúl Calderón.



Agradecimientos

A la gloriosa Universidad de San Carlos de Guatemala

En esta casa de estudios agradezco por llegar a una meta y crear conciencia, que nuestra población debería obtener educación de alto nivel en un porcentaje alto a nivel nacional, y que despierte de todas esas injusticias y que el país salga adelante por el trabajo de todos los estudiantes y que los profesionales devuelvan eso a la población con acciones correctas e integrales.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación

Por ese espacio tan importante de crecimiento laboral y educativo, que a pesar de tantas dificultades se agradece ese apoyo al personal que realiza a las actividades tan fundamentales para las gestiones de estudiantes.

A Comité Permanente de Exposiciones -COPEREX-

Por la confianza brindada y abriéndome las puertas para poder realizar el Ejercicio Profesional Supervisado, en especial al Licenciado Carlos Shol, Licda. Astrid González y al Sub Gerente Lic. Byron Azmitia y Junta Directiva COPEREX.

Al Programa de Ejercicio Profesional Supervisado -EPS-

Por esa razón de lograr una meta al programa, especialmente a M.A. Luis Pedroza y M.A. Evelin Hernández la experiencia recibida y gracias a las autoridades por el apoyo incondicional.

A mis amigos y colegas

Por ser parte de este largo camino, a los que estuvieron en mis peores momentos y aun así me dieron su apoyo para poder continuar, Breyani, Mirna, Anibal y Marvin.

A mi familia

Gracias a mi familia por estar pendiente de mis actividades y estar al final de esta meta.



Índice de contenido

Índice de tablas	I
Índice de figuras	II
Introducción.....	III
Antecedentes.....	IV
Justificación.....	V
Capítulo 1	1
1 Diagnóstico de comunicación	1
1.1 La institución: Comité Permanente de Exposiciones -COPEREX-	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	6
1.7 Organigrama.....	12
1.8 Misión	14
1.9 Visión.....	14
1.10 Objetivos institucionales.....	14
1.11 Público Objetivo	14
1.12 Diagnóstico	15
1.12.1 Pregunta de investigación	15
1.12.2 Objetivo General	15
1.12.3 Objetivo Especifico	15
1.13 Metodología	16
1.13.1 Descripción del método.....	16
1.13.2 Técnicas e instrumentos de recolección	18
1.13.3 Interpretación de Resultados.....	31
1.14 FODA.....	44
1.15 Problemas detectados	45
1.16 Planteamiento del problema comunicacional.....	46
1.17 Indicadores del éxito	46



1.18 Límites y alcances de la investigación.....	48
1.19 Proyecto a desarrollar	48
CAPÍTULO 2	49
2 Plan estratégico de comunicación	49
2.1 Plan de comunicación	49
2.2 Elementos comunicacionales	50
2.3 Objetivos del plan estratégico	54
2.4 Estrategia.....	54
2.5 Acciones para conseguir los objetivos.....	55
2.6 Público objetivo.....	57
2.7 Mensaje clave	58
2.8 Los indicadores para medir el cumplimiento	58
2.9 Recursos humanos	65
2.10 Financiamiento y Presupuesto.....	66
2.11 Beneficiarios.....	67
2.12 Área geográfica de acción.....	68
2.13 Cuadro comparativo de la estrategia.....	69
2.14 Cronograma del plan de comunicación	71
CAPÍTULO 3	72
3 Informe de la ejecución	72
3.1 Capacitación motivacional.....	72
3.2 Cartelera informativa y / o Muro informativo.....	75
3.3 Correo electrónico y mensajes motivacionales diarios.....	76
3.4 Redes sociales, diseño y mensajería	77
3.5 Cronograma del plan de comunicación	79
Conclusiones.....	81
Recomendaciones	82
Referencias Bibliográficas	83
Anexos.....	85

Índice de tablas

Tabla 1: Identidad o cultura corporativa	20
Tabla 2: identidad visual	21
Tabla 3: gestión de la comunicación.....	22
Tabla 4: medios y canales	23
Tabla 5: Clima laboral y organizacional	24
Tabla 6: Comunicación externa	28
Tabla 7: responsabilidad social empresarial.....	29
Tabla 8: manejo de crisis.....	29
Tabla 9: matriz FODA	45
Tabla 10: acciones a ejecutar.....	55
Tabla 11: indicadores de las acciones	58
Tabla 12: capacitaciones motivacionales	60
Tabla 13: cartelera informativa.....	62
Tabla 14: uso del correo electrónico	63
Tabla 15: propuesta 4.....	64
Tabla 16: recursos humanos	65
Tabla 17: presupuesto	66
Tabla 18: equipo	67
Tabla 19: área geográfica de acción.....	68
Tabla 20: cuadro comparativo de la estrategia	69
Tabla 21: cronograma del plan de comunicación	71
Tabla 22: ejecución de capacitación motivacional con expositor internacional	72
Tabla 23: carteleras y muro informativos	75
Tabla 24: ejecución de infografías para correo electrónico y mensajes motivacionales diarios...	76
Tabla 25: ejecución de infografías para redes sociales, diseño y mensajería	77
Tabla 26: cronograma del plan de comunicación	79
Tabla 27: cronograma del plan de comunicación	80



Índice de figuras

Figura 1: Ubicación del Parque de la Industria	1
Figura 2: Obra realizada por Goyri.....	4
Figura 3: Organigrama	13
Figura 4: Sitio web de COPEREX.....	20
Figura 5: Misión y visión de COPEREX	21
Figura 6: imagotipo de COPEREX.....	21
Figura 7: imagotipo del Parque de la Industria y soporte de slogan.....	21
Figura 8: edad actual.....	31
Figura 9: género del entrevistado	32
Figura 10: nivel académico del entrevistado	33
Figura 11: Año de ingreso a COPEREX.....	34
Figura 12: ¿Le gusta recibir talleres motivacionales?.....	35
Figura 13: ¿Ha ingresado a alguna red social de COPEREX?.....	36
Figura 14: ¿Qué más ha impactado el COVID-19 en su entorno?	37
Figura 15: ¿Está orgulloso de decirle a la gente donde trabaja?	38
Figura 16: ¿COPEREX le brinda oportunidades de aprendizaje y desarrollo?.....	39
Figura 17: ¿Los mensajes emitidos por jefes y autoridades son claros y concisos?.....	40
Figura 18: ¿Consulta las carteleras de información de las oficinas?	41
Figura 19: ¿Disfruta el trabajo específico que hace cada día?	42
Figura 20: portada del manual de marca	43
Figura 21: portada del manual de manejo de logotipo.....	43
Figura 22: estructura de la comunicación	52
Figura 23: empresa.....	59
Figura 24: experto motivador	59
Figura 25: diseño anterior	61
Figura 26: antigua cartelera	61
Figura 27: mensajes motivacionales diarios.....	63



Introducción

A nivel mundial se ha vivido una experiencia derivada del Coronavirus (COVID-19), que originó la necesidad de realizar una nueva modalidad para desarrollar actividades laborales, sociales, religiosas y recreativas. En el ámbito laboral, se establecieron acciones a distancia como la modalidad virtual o teletrabajo. En esta última se calendarizó al personal para no saturar los aforos de oficina. Sin embargo, dependió del tipo de servicio o producto que proporcionaba la empresa con la finalidad de lograr aplicar una solución para atender requerimientos.

Mientras, en el aspecto social y religioso es donde se ha visto más afectada la población a nivel mundial, una limitante total y ahí es donde la tecnología ha venido a ser más indispensable. En el proceso de la investigación se visualizó la necesidad de realizar un plan comunicacional, que primordialmente, ayudó a la comunicación interna en la retroalimentación de altos y bajos mandos para que la comunicación fluyera de abajo hacia arriba por existir personal con buen potencial y experiencia.

Mientras, en la parte de la comunicación externa se apoyó con acciones del inicio de operaciones con los clientes por la apertura que iba gradualmente en el Parque de la Industria. La famosa reactivación económica que se vuelve a vivir en las instalaciones es muy similar al desastre del terremoto del año 1976.

La comunicación en tiempos de pandemia fue un ir y venir de información. Todos querían conocer más de la enfermedad, qué medidas atender e implementar y era un caos comunicacional cuando se transmitía el primer caso de contagio en el área de interés. Se consultaban diferentes medios de comunicación mientras se transformaban los aspectos y el diario vivir del ser humano. Las actividades que requieren la atención directa de la persona se convirtieron a lo digital, la población se desbordó a consultar los diferentes medios y redes sociales.

La comunicación y la tecnología se unificaron más por ser la forma segura de desarrollar actividades de estudio, trabajo y estar informado de los familiares o amigos. Todo fue un aprendizaje del uso de herramientas tecnológicas que a la fecha sigue siendo importante para las actividades laborales, de estudio, culturales y religiosas de la población.



Antecedentes

Con una historia de 60 años, desde su creación el Comité Permanente de Exposiciones -COPEREX-, que anteriormente era el Comité de Exposiciones Industriales (Bolaños, 2000 DICIEMBRE), ha llevado un sin fin de historias con sus eventos feriales, sociales y culturales en el antiguamente conocido “Parque Centro América”. Sin embargo, en la actualidad es conocido como “Parque de la Industria” y se ubica en la zona 9 de la Ciudad de Guatemala.

El regreso de las actividades del parque se inició con la sensibilización al personal por la crisis sanitaria, y específicamente, que se volvería a experimentar un ambiente de trabajo similar al suscitado en la madrugada del 4 de febrero de 1976 cuando un sismo de 7.5 grados originado por una falla local como la del Motagua. En esa ocasión COPEREX auxilió a la población con la apertura del Parque para instalar un Hospital Temporal que atendiera a damnificados debido a la destrucción del Hospital San Juan de Dios (Bolaños, 2000 DICIEMBRE).

El parque de la Industria capta sus ingresos para su funcionamiento y mantenimiento, como lo establece el Decreto 67-73 de la Ley Orgánica del Comité Permanente de Exposiciones, de sus arrendamientos de las áreas del Parque. En el año 1980, realizó su primer evento ferial después del terremoto y con el hospital funcionando en una parte del parque. En esa ocasión, se efectuó la feria para ayudar a la reactivación económica del país y se priorizaron espacios para agricultores, artesanos y microempresarios, para lo cual se estableció un plan de reactivación.

Una opción viable para la reactivación del Parque de la Industria, es la generación de eventos de aforo limitado. Además, por contar con espacios al aire libre se puede cumplir en un área como la concha acústica, que ha sido el lugar preferencial del público para eventos culturales.



Justificación

Lo primordial en el estudio es conocer que la comunicación en COPEREX será fundamental para lograr que en los canales internos fluya toda la información en tiempo y lograr trabajar en armonía. Mientras, en lo externo dar a conocer que los servicios que brindan se logran a base de una constante retroalimentación de información.

Es importante una planificación y una estrategia para referencia de cómo afrontar una crisis como la vivida desde el 2019. Además, de cómo realizar una reactivación en aspectos económicos, sociales y culturales ya que es un reto importante para la generación actual el sobrellevar con acciones inteligentes y adecuadas para ese regreso escalonado de actividades.

La estrategia para esa reactivación del Parque de la Industria es realizar eventos en forma escalonada hasta llegar a ese magno evento que pueda lograr que la población disfrute algo novedoso en el entretenimiento familiar, especialmente en las épocas de fin de año.

El proceso de transmitir información y la comunicación dentro las empresas y/o instituciones es fundamental para involucrar a todo el personal y mantener activos los canales. En nuestra nueva era de comunicación, por factores de la pandemia, la comunicación digital adquirió un auge masivo para todas las actividades diarias. Dentro de una empresa se fortalecieron los correos institucionales, video telefonía y las redes sociales.



Capítulo 1

1. Diagnóstico de comunicación

1.1 La institución: Comité Permanente de Exposiciones -COPEREX-

1.2 Perfil institucional

El Comité Permanente de Exposiciones, denominado por sus siglas COPEREX, es una entidad que estructuralmente pertenece al Estado y se le identifica programáticamente como Entidad Descentralizada. Esta fue institucionalmente oficializada mediante Decreto No. 67-73 del Congreso de la República en el año 1973. Sin embargo, su creación como Comité se origina oficialmente el 24 de mayo de 1963.

1.3 Ubicación Geográfica

Las actividades de la institución se desarrollan en la 8ª. calle 2-33 Zona 9, Ciudad de Guatemala, en el denominado y muy conocido Parque de la Industria. El recinto cuenta con nueve puertas de ingreso. Las puertas uno a la cinco están ubicadas sobre la 8ª calle, así como unas alternas denominadas 5 “A” y 5” B” que están sobre la Avenida La Castellana. Mientras, la puerta dos es el ingreso principal para las oficinas administrativas y las puertas seis a la nueve se ubican en la 6ta. Calle que son utilizadas para los eventos. Pero, actualmente son la vía de acceso del Hospital Temporal de COVID-19 del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social. Por último, sobre la Avenida La Castellana se encuentran habilitados dos ingresos para parqueos.

Figura 1: Ubicación del Parque de la Industria



Fuente: propia



1.4 Integración y Alianzas Estratégicas

La institución tiene más que alianzas en ceder espacio en apoyo a la pandemia y otros arrendantes:

- Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, desde el 2019 se le cedió espacio para Hospital de enfermos de COVID-19.
- Arrendantes de espacios de bodegas.
- Bancos para manejo de cuentas e inversiones.

Socios comerciales

Son las empresas que constantemente realizaban sus eventos o ferias en las instalaciones del Parque de la Industria.

1.5 Origen e Historia

Historia del origen del Comité Permanente de Exposiciones -COPEREX- (Parque de la Industria)

La creación del Comité Permanente de Exposiciones se origina un 24 de mayo de 1963 sustituyendo el nombre al Comité de Exposiciones Industriales quienes estaban a cargo del Parque Centro América, así se denominaba en esas épocas. Su creación como entidad descentralizada le dio vida el Decreto No. 67-73 del Congreso de la República de Guatemala el 28 de septiembre del año 1973 durante el Gobierno de Carlos Arana Osorio.

Dicho acuerdo contiene la Ley Orgánica de COPEREX y que su función principal es el arrendamiento de las instalaciones, así como la de realizar ferias nacionales e internacionales. Su evento más emblemático es la Feria Internacional de Guatemala conocida como INTERFER que inicialmente se realizaba en años impares.

El Parque de la Industria, o como fue conocido en sus inicios como Parque Centro América, fue construido entre los años 1959 a 1961, dicha construcción fue realizada por la Dirección General de Obras Públicas y se finalizó la obra en el mes de julio de 1961. Su primera ampliación y remodelación de instalaciones se llevó a cabo en el año 1979 con la finalidad de aumentar la



capacidad de espacios para los participantes en las ferias. Además, se realiza la construcción de nuevos salones.

La historia del desarrollo de las ferias en Guatemala, se remonta por el año 1959 con la denominada Feria de Primavera que posteriormente se llamaría Feria Centroamericana de Muestras Industriales. La primera Feria de Primavera se llevó a cabo cerca de los terrenos del Parque de la Industria, era el parqueo de buses de la Terminal, Zona 4, la cual se desarrolló en abril de 1959.

Debido al éxito de la primera edición de la Feria en marzo de 1961 se realiza la segunda, en su momento el Parque de la Industria llevaba el nombre de Parque Centro América, fue un acontecimiento social muy importante que contó con la participación de presidentes y embajadores del Istmo centroamericano. Sus actividades fueron muy variadas desde competencias de motos, ecuestre, taurino, exposición ganadera, canina, actividades culturales y folclóricas, danzas y certámenes de belleza.

El año 1963 se origina el Comité Permanente de Exposiciones, que sustituye al Comité de Exposiciones Industriales, el cual se haría cargo de la administración del Parque Centro América, en los años 1965 y 1969 se encarga de realizar la Feria de muestras industriales. La edición del 65 fue emotiva por la celebración del IV aniversario de la vigencia del Tratado General de Integración Económica, que reglamentaba el mercado común en Centroamérica. Se estima que participaron 400 expositores entre guatemaltecos y países del istmo.

En 1965, las instalaciones aparecen mejoradas y modernas. Captaron la atención de los visitantes por elaboración de los murales en las entradas de los salones, realizadas por el reconocido artista nacional Roberto González Goyri y estas se sumaban a los trabajos realizados por el maestro Efraín Recinos.



Figura 2: Obra realizada por Goyri



Fuente: propia

Para el año 1968, se realizó la primera edición de la denominada Feria Nacional con la novedad de la instalación de más de 500 stands. Tuvo una duración de 10 días, el evento en el cual se estiman que la asistencia llegó a medio millón de visitantes. En el año 1970, no se realizó evento hasta el año 1972 y se le denominó la tercera edición de la Feria Nacional.

La edición de 1972 superó en cantidad de visitantes que la anterior, donde se estima que asistieron unas 600,000 personas y tuvo la modificación que se realizó en octubre y noviembre, a comparación de las ediciones anteriores que se llevaban a cabo en el primer semestre.

Para el año 1974 se realiza la IV Feria Nacional donde el objetivo principal era que participara la industria y especialmente las artesanías del interior de la república. La novedad que se logró fue instalar por primera vez juegos mecánicos de la empresa Play Land Park. En la siguiente no se realizó evento por el lamentable terremoto del año 1976 y las instalaciones fueron de vital importancia para la implementación de un Hospital Temporal para víctimas del desastre natural.

Se retoma el evento ferial para el año 1980 donde se acondicionaron nuevos salones. Para recuperar la economía local se les dio atención especial a los artesanos locales para la promoción de sus productos, por lo limitado de las instalaciones porque todavía estaba en funcionamiento el Hospital. No se instalaron juegos mecánicos.



La VI edición de la Feria Nacional se realizó en el año 1982 y para seguir apoyando a la reactivación de la economía nacional, se destinó hacia pequeños y medianos agricultores, artesanos, industriales y otros sectores de la producción nacional. En la VII edición, que se llevó a cabo en el año 1984, se fortalecieron las áreas de salones de exposiciones, bazares y área de restaurantes. Además, regresan las actividades de recreación como los juegos mecánicos, así como exposiciones ganaderas.

Para 1986 fue memorable la VIII edición de la Feria Nacional ya que se le rindió homenaje a tres guatemaltecos que dejaron una huella imborrable: Ramiro Samayoa, quien fue el encargado de apoyar a la gestión de la construcción de las antiguas y nuevas instalaciones del parque, así como a los responsables de las invaluable obras de arte que a la fecha y se disfrutan en el recinto, ellos eran los maestros Efraín Recinos y Roberto González Goyri.

Y se llega a nuevo reto la IX Feria Nacional en el año 1988, el apoyo se dirige en esta ocasión a los microempresarios. Posteriormente, para la X edición del año 1990 fue denominada como “Un mundo de fantasía” dedicada a la población infantil con la elaboración de un salón especial con un diseño que simulaba un castillo, un tren y venta de golosinas. En esta edición se vio más participación del sector informal en los salones.

En el año 1992, se le da un giro totalmente diferente y se enfatiza mucho en la conservación del medio ambiente y se asignó un salón específicamente para crear conciencia, el cual fue organizado por Comisión Nacional de Medio Ambiente -CONAMA-.

En el 2019, fue la última feria que se realizó con una visita estimada de 400,000 personas. No se esperaba que fuera ser el último evento debido a la crisis sanitaria vivida a nivel mundial como la que originó el COVID-19, y donde nuevamente como sucedía en el año 1976, las instalaciones del Parque de la Industria fueron cedidas para la instalación del Hospital Temporal para personas contagiadas por Coronavirus en diferentes etapas que presentó la pandemia.



1.6 Departamentos o Dependencias

La estructura organizacional de COPEREX se establece según Acuerdo Gubernativo No. 5-2021 de fecha de 7 de enero del 2021 y se conforma de 5 funciones sustantivas que se dividen en las siguientes áreas:

- Dirección superior
 1. Junta directiva
 2. Gerencia
 3. Sub gerencia
- Departamentos
 1. Departamento administrativo
 2. Departamento de mercadeo y ventas
 3. Departamento de servicios de mantenimiento y proyectos
 4. Departamento de recursos humanos
 5. Departamento de seguridad
 6. Departamento de contabilidad
- Secciones
 1. Compras
 2. Tecnología de la información
 3. Servicios y montaje
 4. Mantenimiento
 5. Arquitectura y Proyectos
- Unidades
 1. Auditoría interna
 2. Almacén
 3. Parqueos
 4. Inventario de activos fijos
- Asesorías



Junta Directiva

Se le denomina así a la autoridad máxima de la entidad. Le corresponde la dirección y administración general de las actividades de la misma de conformidad con su Ley Orgánica siendo el órgano de comunicación con el Ministerio de Economía, los demás ministerios, entidades descentralizadas y dependencias públicas. La junta está integrada de la siguiente forma:

- Un presidente
- Vicepresidente
- Tres Vocales
- Un secretario que será el gerente o quien lo sustituya temporalmente por Junta Directiva, con voz, pero sin voto.

Serán representados por un representante del organismo ejecutivo, uno de la Asociación de Agricultores, uno de la Cámara de Comercio y dos de la Cámara de Industria de Guatemala.

Gerencia

Es la autoridad máxima dentro de la administración. Responde a las disposiciones con base a resoluciones que emita la Junta Directiva en sus reuniones semanales y es el responsable de administrar el Comité. Las principales funciones son:

- Desempeñar funciones de secretario en junta directiva.
- Elaborar, manejar, administrar y supervisar las actas de junta directiva.
- Dar seguimiento y cumplimiento de las resoluciones de la junta directiva.
- Presentar informes de los asesores a junta directiva.
- Planificar, organizar, dirigir, evaluar y controlar las actividades técnicas y administrativas de COPEREX con el fin de atender políticas y lineamientos emanados de junta directiva.

Sub gerencia

Es el apoyo a la gerencia en la ejecución de las funciones sustantivas y administrativas de COPEREX y tiene a su cargo las siguientes funciones:



- Dirigir y coordinar la elaboración y desarrollo de los proyectos, así como la modificación la infraestructura física de las instalaciones de COPEREX.
- Dirigir, coordinar y supervisar las funciones administrativas, de ventas y proyectos.
- Proponer a la gerencia mejoras en los sistemas, métodos y procesos que llevan a cabo en la institución.
- Apoyar a la gerencia en el establecimiento de políticas lineamientos y procedimientos para el desarrollo y control de la dependencia.
- Participar en la formulación del Proyecto Anual de Presupuesto de COPEREX.
- Sustituir en ausencia de la gerencia cuando le sea requerido por la junta directiva, dejando constancia de la misma.

Auditoría interna

Se encarga de ejercer el control interno, velando porque se cumpla normas, métodos y procedimientos técnico-financieros emitidos y que en futuro se implementen con la finalidad de evaluar todas las funciones de carácter técnico, administrativo y financiero que se realicen. Planifica y organiza sus actividades de acuerdo a Plan Anual de Auditoría y las normativas emitidas por la Contraloría General de Cuentas. Sus principales funciones son:

- Efectuar auditorías financieras, administrativas, operacionales de sistemas informáticos, de conformidad con los planes anuales de trabajo con estricto apego a las normas generales de control interno, normas de auditoría gubernamental, leyes, acuerdos y normas que rijan la organización y actividad de cada dependencia de COPEREX.
- Controlar y fiscalizar la ejecución del gasto de la institución por medio de auditorías oportunas y eficientes.
- Supervisión de la implementación de los controles internos con el objetivo de fortalecerlos y mejorarlos en toda la institución.
- Ejercer fiscalización en los procesos de compras y contrataciones de COPEREX, en asuntos de su competencia.
- Supervisar el uso adecuado de los bienes físicos, financieros y humanos de que disponga la institución.



Departamento administrativo

Este departamento es el encargado de velar porque COPEREX cuente con los materiales necesarios al hacer uso racional de los mismos. Para el efecto aplica criterios de eficiencia y eficacia. Dentro de sus principales funciones se encuentran las siguientes:

- Planificar, organizar, dirigir, ejecutar y controlar todas las actividades correspondientes al departamento.
- Formular el Plan Operativo Anual y el presupuesto anual del departamento.
- Realizar propuestas de mejora de su departamento.
- Elaborar bases de cotización y licitación de proyectos y términos de referencia para su dependencia.
- Elaborar el plan anual de compras de su departamento.

Sección de compras

Se encuentra bajo la coordinación de Administrativo y se encarga de asegurar el suministro de los recursos materiales, los productos o servicios que se contraten o subcontraten al mejor precio y mayor calidad para que todos los departamentos, secciones y unidades cuenten con los materiales necesarios para su óptimo funcionamiento. Sus principales funciones son:

- Administrar el proceso de adquisición de bienes y servicios para COPEREX, de acuerdo al plan anual de compras de acuerdo a lo que establece la Ley de Contrataciones del Estado y sus reformas.
- Planificar, organizar, dirigir, ejecutar y controlar todas las actividades correspondientes a la sección.
- Elaborar el plan anual de compras de la sección.
- Formular Plan Operativo Anual y presupuesto anual de la sección.
- Elaborar bases de cotización y licitación de proyectos y términos de referencia para la sección.
- Asesorar a los departamentos, secciones y unidades en materia de las contrataciones y adquisiciones de bienes y servicios para el buen funcionamiento de la institución.



Unidad de almacén

Está bajo la coordinación del Departamento Administrativo y se encarga de administrar el inventario de materiales y suministros, almacén de bienes suministros de COPEREX de acuerdo a la normativa vigente. Entre sus funciones principales se encuentran:

- Planificar, organizar, dirigir, ejecutar y controlar todas las actividades correspondientes a la sección.
- Realizar los registros correspondientes de ingresos y salidas de materiales y suministros.
- Verificar que los materiales y suministros recibidos cumplan con las especificaciones requeridas.
- Gestionar, controlar y resguardar las formas autorizadas por la Contraloría General de Cuentas.
- Coordinar el abastecimiento de productos necesarios para las actividades del personal de la institución.

Unidad de inventario de activos fijos

Esta unidad se encuentra bajo la coordinación del Departamento Administrativo. Su función es la de administrar los activos fijos de la institución y llevar el control de los bienes fungibles. Además, realiza la asignación de los mismos a los responsables de uso. Sus principales funciones son:

- Actualizar y resguardar las tarjetas de responsabilidad y tarjetas de registro de Inventario de activos fijos, así como sus movimientos.
- Revisar la documentación de ingreso de nuevos activos fijos.

Departamento de recursos humanos

Es el encargado de planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades correspondientes al Recurso Humano. Entre sus actividades se encuentran la de filtrar personal a contratar y la comunicación interna de la institución según Acta 99-2008, resolución novena de fecha 18 de diciembre de 2008. Acuerdo Gubernativo 05-2021.



Departamento de mercadeo y ventas

Este departamento se encarga de definir las estrategias de comercialización, mercadeo y ventas que permitan dar a conocer los servicios que brinda COPEREX, así como, detectar necesidades del entorno a fin de considerar la satisfacción de las mismas. Acuerdo Gubernativo 05-2021.

Departamento financiero y contable

Es el encargado de planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades correspondientes a recursos financieros y contables de la institución; formular y ejecutar el presupuesto de ingresos y egresos como lo establece el Acuerdo Gubernativo 05-2021.

Unidad de parqueos

Es la encargada de coordinar y controlar las actividades relativas al servicio de parqueo de la institución de acuerdo a los eventos programados.

Departamento de seguridad

Es el encargado de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de seguridad física y resguardo de las instalaciones, personal, clientes y visitantes. Acuerdo Gubernativo 05-2021.

Departamento de Servicios, Mantenimiento y Proyectos

Es el encargado de velar porque se cuente con los recursos materiales necesarios, para el uso racional de los mismos, aplicando para el efecto criterios de eficiencia y eficacia. Acuerdo Gubernativo 05-2021.

Sección de servicios y montajes

Es la encargada de planificar, coordinar y dirigir los servicios de limpieza general, servicios de montaje, desmontaje y demás requerimientos.

Sección de mantenimiento

Es la encargada de planificar y coordinar y dirigir de manera oportuna y eficiente, los servicios que se requieran en materia de mantenimiento preventivo y correctivo a las instalaciones y jardines, así



como, la contratación de la obra pública necesaria para el fortalecimiento y desarrollo de las instalaciones físicas de los inmuebles.

Sección de Arquitectura y Proyectos

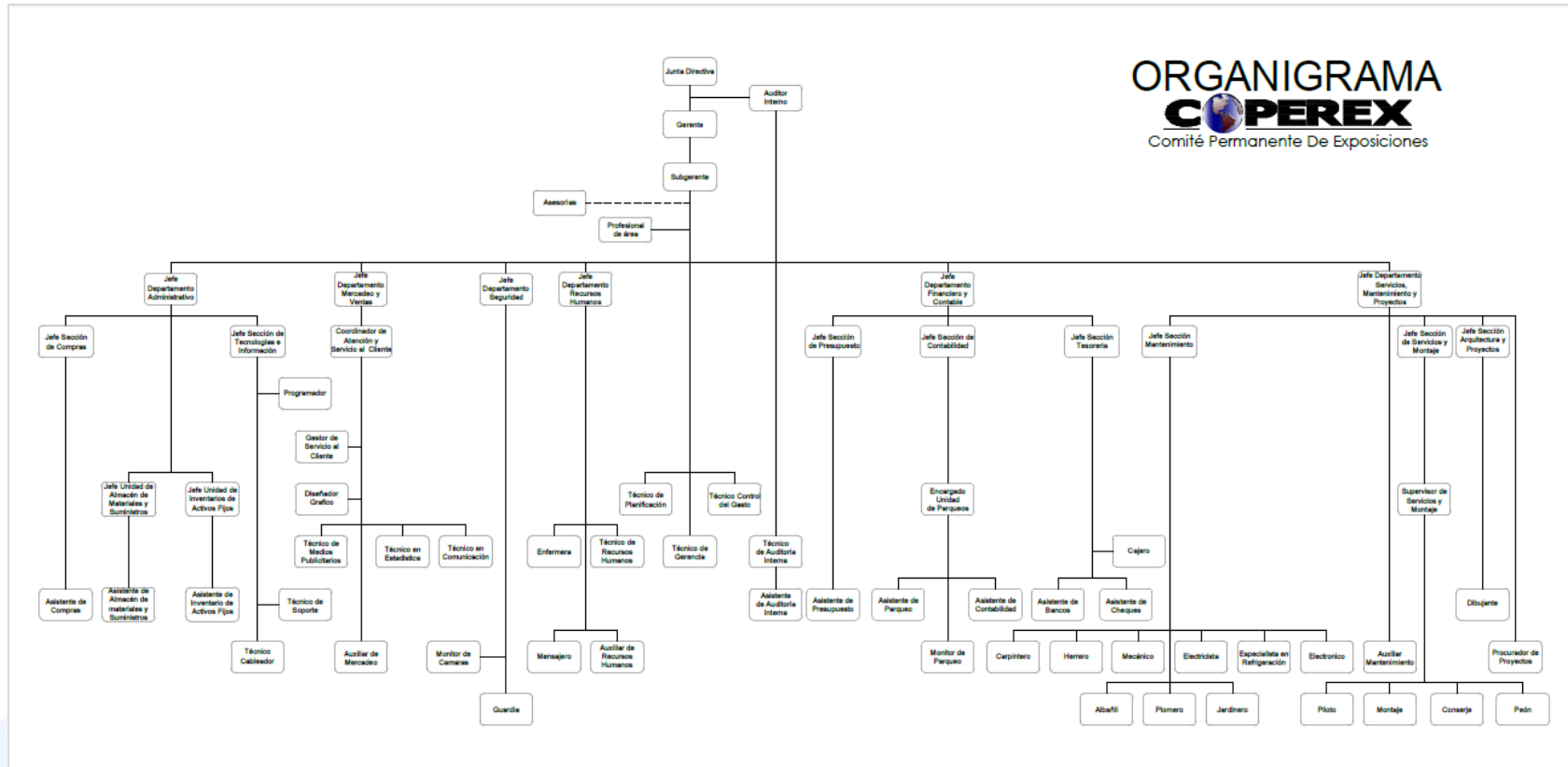
Es la encargada de planificar, dirigir y supervisar la realización de proyectos de infraestructura y eventos para mejora y modernización de COPEREX.

1.7 Organigrama

Con la finalidad de modernizar la administración, recientemente la institución de COPEREX implementó el Reglamento Orgánico Interno -ROI- para definir exactamente cuál es la posición que debe de desempeñar cada uno de los colaboradores de la institución, autorizado según Acuerdo Gubernativo No. 5-2021.



Figura 3 Organigrama COPEREX 2021-2022



Fuente: LAIP- página web de la institución



1.8 Misión

Promocionar, asesorar, comercializar, y realizar exposiciones y eventos feriales nacionales e internacionales con infraestructura moderna y un alto servicio al cliente.

1.9 Visión

Ser reconocida como la entidad líder para la organización y desarrollo de exposiciones y eventos feriales, culturales, de entretenimiento, artísticos y sociales, mediante la excelencia en calidad y servicio.

1.10 Objetivos institucionales

- La realización de ferias y exposiciones nacionales e internacionales de productos industriales, artesanales, agropecuarios o de otra naturaleza que estimulen y desarrollen su comercialización, mercadeo, producción y promoción.
- El intercambio técnico promocional en el campo industrial y comercial con otros países en beneficio de la economía nacional y el crédito del mercado guatemalteco.
- La promoción de ferias, exposiciones o cualquier otro evento, de acuerdo con las funciones que le asigna la presente ley.
- Lo demás que a juicio de su Junta Directiva sean convenientes para el país.
- La administración de los bienes que forman parte de su patrimonio.

1.11 Público Objetivo

Este dependerá del tipo de servicio a ofrecer, en el caso de adquirir un espacio como salones y parqueos va dirigido a personas de clase media y alta, especialmente aquellos que tienen empresas para realizar cualquier tipo de evento. En el caso de activarse las Ferias Nacionales y/o Internacionales va ir dirigido a todo tipo de personas, especialmente para familias, ya que el parque ofrece todo tipo de entretenimiento.



1.12 Diagnóstico

La finalidad de un diagnóstico es la de identificar la necesidad de la entidad como COPEREX Y definir puntos de partida para saber que parámetros del trabajo investigativo se efectuará.

“Realizar un diagnóstico de comunicación es poco reconocido y también poco puesto en práctica académica y profesionalmente; en el marco de la intervención significa, desde nuestra perspectiva, incorporar crucialmente el sentido de la palabra intervenir (del latín inter: entre y venio: venir): “venir entre”; pues a partir de su definición, estamos planteando un espacio de trabajo que desafía la pasividad, porque piensa en diagnósticos en movimiento, diagnósticos proactivos: ello implica la presencia de un comunicador que viene entre la gente, que es un nómada entre los sujetos y que se introduce entre las cosas, entre los espacios, entre los tiempos, entre los movimientos y el reposo, en medio de las palabras y los silencios”. (Cristina, 2001)

Por lo que será buscar una estrategia de la pasividad y miedo a la movilidad inteligente y gradual que necesita nuestra sociedad por interactuar, comunicarse y expresarse.

1.12.1 Pregunta de investigación

Lo importante de generar la pregunta de la investigación es la de que sea factible, en este caso, nuestra pregunta se orienta a la siguiente interrogante: “¿Cómo fortalecer los canales de comunicación interna y externa del Comité Permanente de Exposiciones -COPEREX- para el 2022?”.

1.12.2 Objetivo general

Evaluar la comunicación interna y externa que se desarrolla y/o produce en el Comité Permanente de Exposiciones -COPEREX-, de actividades sociales, culturales y de capacitación en el Parque.

1.12.3 Objetivos específicos

- A. Analizar la política de comunicación interna y externa del Comité Permanente de Exposiciones -COPEREX.
- B. Conocer la percepción de los colaboradores sobre el manejo de la información interna en el Comité Permanente de Exposiciones -COPEREX-.



- C. Identificar los canales de comunicación en el Comité Permanente de Exposiciones - COPEREX- y sus Departamentos, Unidades y Secciones.

1.13 Metodología

Estos varían según el objeto de estudio, debido a que se desarrollan diferentes esquemas para cubrir la necesidad de la investigación. Los tipos de investigación se rigen dependiendo de lo que se quiera averiguar.

Según su enfoque, las investigaciones pueden ser:

Cualitativa: conocer las percepciones, opiniones, detalles y datos que aporten una perspectiva o contexto que ayude a comprender el fenómeno objeto de estudio.

Cuantitativa: su fundamento es en datos estadísticos y numéricos, en información que grafique la situación del fenómeno a investigar.

Mixto: ejecutar tareas de enfoque cualitativo y cuantitativo. Es el más completo de los enfoques de investigación.

Se dice que la metodología hace referencia al conjunto de procedimientos racionales utilizados para alcanzar el objetivo o la gama de objetivos que rige una investigación científica, una exposición, doctrina tareas que requieran habilidades, conocimientos o cuidados específicos. Con frecuencia puede definirse la metodología como el estudio o elección de un método pertinente o adecuadamente aplicable a determinado objeto.

1.13.1 Descripción del método

En el proceso se define según su enfoque, las investigaciones pueden ser de tipo:

Enfoque cualitativo:

Predominantemente inductiva recolecta datos en un ambiente, una situación o un evento; y aunque el planteamiento del problema de investigación surge de cualquier fase del proceso, debe existir dicho planteamiento. (SAMPIERI, 2004)



Enfoque cuantitativo:

Utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente. Confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población. (SAMPIERI, 2004)

Enfoque mixto:

Este modelo representa el más alto grado de integración o combinación entre los enfoques cuantitativo y cualitativo. Dependerá del tema que se desee investigar o la forma en que el investigador desee afrontar el tema en cuestión. Es de vital importancia hacer hincapié que existen investigaciones que pueden continuar o extender investigaciones antes realizadas.

De acuerdo al conocimiento sobre el objeto de estudio, las investigaciones pueden ser:

Explicativa: busca aclarar o explicar la razón del fenómeno, para entender bien el problema.

Descriptiva: brinda un detalle del fenómeno u objeto de estudio, apoyándose en la elaboración de preguntas, así como la de análisis de datos.

Exploratoria: descubre los elementos que componen al objeto de la investigación, se dice que no genera datos concluyentes.

De acuerdo al periodo de aplicación, las investigaciones pueden ser:

Longitudinal: que es una prolongación a largo del tiempo.

El presente diagnóstico se elaboró basado en los siguientes tipos de investigación:

De acuerdo a su diseño: se realizó a los empleados de la empresa, es decir, por población; y en los documentos encontrados, es decir, documental.

De acuerdo a su profundidad: se clasifica como explicativo, porque explica cada elemento del mismo; y descriptivo, debido a la descripción detallada del objeto de estudio.

De acuerdo a su alcance: es transversal, por su aplicación horizontal dentro de la empresa.



De acuerdo a su naturaleza: se considera como empírico, porque no hay otro estudio previo.

De acuerdo a sus fuentes: por su desarrollo fundamentado en el contacto directo con los actores.

De acuerdo a su finalidad: es aplicada.

De acuerdo a la forma de copiar la información: el diagnóstico se enfocó en ser una investigación mixta.

con el texto “Un lugar para no olvidar” y existe un manual de tipografía y color.

1.13.2 Técnicas e instrumentos de recolección

Las técnicas de recolección son el punto de partida para obtener esos datos fundamentales que nos sirven para conocer bien la institución. Nos darán todos esos detalles específicos que se va necesitar durante la investigación y se logran por medio de fuentes primarias y secundarias.

La aplicación correcta de los instrumentos nos da una radiografía de la investigación. Nos apoyamos en herramientas como las fuentes primarias que las integran: la observación, las entrevistas, encuestas. Mientras en las fuentes secundarias, nos apoyamos en la parte documental que fue soporte fundamental de funciones y acciones reglamentadas.

Aquí el diseñador pone al proyecto y/o investigación en contexto y comienza por una clara definición del cliente a través de una descripción de sus operaciones, de su imagen corporativa y de la integración del proyecto en cuestión con el sistema de valores y el perfil socio-cultural de la organización. (Jorge, 2006)

La entrevista desde el punto de vista del método, es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una indagación. El investigador formula preguntas a las personas capaces de aportar datos de interés a través de un diálogo peculiar y asimétrico, donde una de las partes busca recoger información y la otra es la fuente de esas informaciones. (Behar Rivero, 2008)

La encuesta se basará de acuerdo a la información y usa procedimientos estandarizados de manera que a cada individuo se le hacen las mismas preguntas en más o menos la misma manera. La



intención de la encuesta no es describir los individuos particulares quienes, por azar, son parte de la muestra, sino obtener un perfil compuesto de la población. (Behar Rivero, 2008)

Lo observado en el Comité Permanente de Exposiciones -COPEREX-.

Toda acción que se desarrolle en el Parque de la Industria debe ser antes consultada en reunión de Junta Directiva. Puede decirse que a veces esos trámites se vuelven un poco burocráticos ya que hay acciones que deberían asumir los directores.

En la institución, en lo que respecta a los canales de comunicación de preferencia, se encuentran: el correo institucional y grupos de *WhatsApp* por departamentos. Además, se tiene instaurado todos los días llenar una encuesta en *Google forms* relacionado a cualquier síntoma derivado del COVID-19.

Debido a la pandemia se han reducido considerablemente los ingresos del Parque de la Industria, por lo que se ha reducido la nómina hasta un 50% de la cantidad del personal. Pero, las mejoras en los salones e instalaciones en general están óptimas.

Se tiene la obligación de mantener el sitio web actualizado, por la información que se tiene la obligación de publicarse mensualmente. En la página web, tiene a la vista la misión y visión, listado de personal, objetivos y plan estratégico.

La reuniones y capacitaciones debido a las restricciones se llevaban en la modalidad virtual. Mientras, las que conciernen con acciones del Parque de la Industria con el personal se manejan presenciales según la cantidad de aforo permitido de personas adecuadas en un salón.

Tabla1. Cuadro de Guía de Observación

GUIA DE OBSERVACIÓN

Nombre de la institución: Comité Permanente de Exposiciones –COPEREX- / Parque de la Industria

Dirección: 8ª. Calle 2-33 Zona 9 Ciudad de Guatemala

Fechas de observación: 18 de febrero al 09 de marzo 2022

Identidad o cultura corporativa:

Variable a observar	Sí	No	Notas
Plan estratégico empresarial o corporativo		X	
Misión	X		Visible en página web
Visión	X		Visible en página web
Objetivos institucionales o corporativos		X	Visible en página web y plan estratégico institucional
Valores y principios		X	Solo aparecen valores
Filosofía	X		
Organigrama	X		Esta visible en la página web y en lobby de las instalaciones centrales

Fuente: elaboración propia

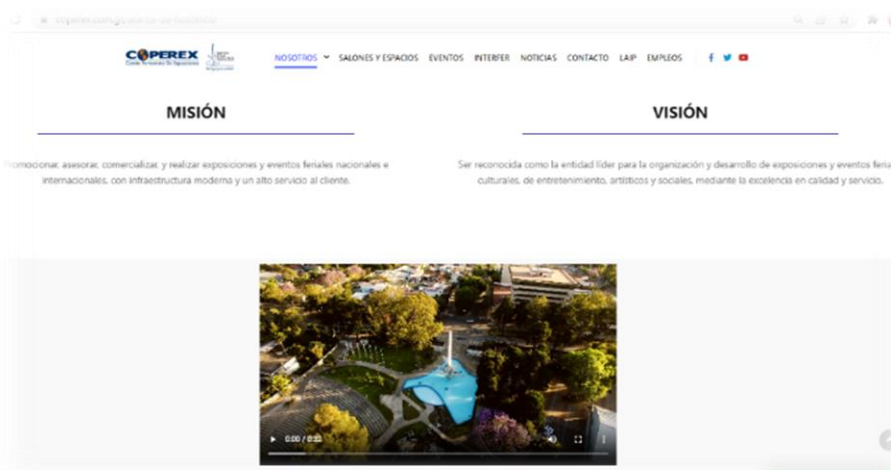
Figura 4: Sitio web de COPEREX



Fuente: estudiante del EPS



Figura 5: Misión y visión de COPEREX



Fuente: estudiante del EPS

Tabla 2: identidad visual

Variable a observar	Sí	No	Notas
Logotipo	X		Visible y presente en medios electrónicos y canales digitales y en la fachada de la institución
Marca	X		Visible
Colores institucionales definidos y visibles en sus publicaciones	X		Si
Slogan	X		Parque de la Industria Ciudad de Guatemala "Un lugar para no olvidar"

Fuente: Elaboración propia

Figura 6: imagotipo de COPEREX



Fuente: empresa

Figura 7: imagotipo del Parque de la Industria y soporte de slogan



Fuente: empresa



Tabla 3: Gestión de la comunicación

Variable a observar	Sí	No	Notas
Plan estratégico de comunicación		X	No esta visible, se debe investigar
Departamento de Comunicación Departamento de Mercadeo y Ventas		X	No esta creado un departamento de comunicación. Los departamentos de mercadeo y ventas conjuntamente con tecnologías e información, se encargan de la página web y páginas sociales. Además, se encargan de la comunicación externa. En el caso de la comunicación interna la desarrolla el departamento de recursos humanos. Jefe departamento mercadeo y ventas (Licenciada Wendi Ofelia Cardona Gómez de García) Coordinador de atención y servicio al cliente (Carlos Enrique Morales Paz) Jefe de sección de tecnologías e información (José Miguel Castroconde Flores) Jefa de departamento de recursos humanos, (Licenciada Astrid Dinora González Arias)
Departamento de RR. HH.	X		El canal de comunicación interna la realiza el departamento de recursos humanos (Licda. Astrid Dinora González Arias) (Fryda Anabella Girón Muñoz)

Fuente: elaboración propia



Comunicación informal	X		
Rumores			

Variable a observar	Sí	No	Notas
Ruidos y Barreras Ambientales	X		La contaminación ambiental que proviene de los alrededores afecta los procesos comunicativos cuando se dan de manera oral, reuniones presenciales, actos protocolarios, capacitaciones.
Psicológicos	X		Pendiente determinar mediante encuesta a los empleados
Administrativos			En la administración por medio de información y tecnología se encarga de todo lo informático.
Tecnológicos/físicos		X	Por ser una entidad que le apuesta a la tecnología, tal como se lee en su Plan Estratégico, todas las áreas están conectadas a través de sistemas sofisticados de comunicación.


Fuente: elaboración propia



Tabla 5: Clima laboral y organizacional

(Diseño que analiza el estado de ambiente, diálogo organizacional, sentimientos, emociones, motivación, conductas)



Variable a observar	Sí	No	Notas
Sentido de pertenencia	X		Se percibe que les gusta el lugar como ambiente porque llena las expectativas. Pero donde se ve algún debilitamiento es el salarial, hace falta implementar algunos bonos.
Cultura de la calidad	x		Sí cumple con estándares de calidad, puede mejorar.
Participación y trabajo en equipo	x		Como en toda institución, con presión, sí hay trabajo en equipo. En su mayoría de áreas son participativas.
Manejo del rumor	x		En ocasiones ocurren estas situaciones, pero no son trascendentales.



Promoción de la cultura organizacional	x	Falta trabajo en ese tema
Estabilidad laboral		Si la hay comparada con otras instituciones, pero se puede mejorar.
Servicios salud integral		Existe un área que se encarga de ese tema, específicamente se le denomina enfermería que realiza chequeos a todo el personal la cual depende de Recursos Humanos.
Protocolo COVID-19		<p>En cumplimiento de protocolos de recepción de personas y visitas, en el Parque de la Industria se cumple con rótulos de identificación de medidas de prevención, estaciones de gel en cada ingreso de áreas. Además, se proporcionan mascarillas, toma de temperatura, se realizaron jornada de vacunación con el personal.</p> 
Beneficios adicionales a ley		Faltan algunos beneficios, pero cumplen con los básicos: aguinaldo, Bono 14 y Bono profesional. Por la baja recaudación, por falta de eventos en el Parque, se eliminaron las horas extras para el personal de mantenimiento.

Seguridad Industrial		<p>Existe un Manual que está con base al establecido por el Ministerio de Trabajo. Pero se realiza mucho énfasis en uso de casco y cintas reflexivas. Así como un comité interno que se dedica a cuidar todos esos detalles.</p> 
Capacitaciones		<p>Las externas se realizan en forma virtual y otras con aforo limitado.</p>  <p>Capacitación de normas de control interno de la Contraloría General de Cuentas efectuada el día 09 de marzo en salón 10 del Parque de la Industria.</p>
Políticas de desarrollo laboral		Son escasas
Incentivos económicos /premios y reconocimientos por logro de objetivos		Ninguno
Celebraciones internas		Sí existen celebraciones de cumpleaños y la actividad de una refacción mensual con trabajadores administrativos.



Política de puertas abiertas		Sí existe una apertura en la mayoría de oficinas, mucha colaboración en ese tema
Ambientes de trabajos adecuados		<p>Sí cumple las expectativas, son óptimas. Solo el área de mantenimiento está limitada actualmente por el Hospital, utilizan las instalaciones de ellos.</p> 
Vestuario institucional		<p>Existe uniforme para área de mantenimiento y seguridad.</p> 

Fuente: elaboración propia

Tabla 6: Comunicación externa

Variable a observar	Sí	No	Notas
<p>Campañas de comunicación a través de medios masivos (radio, prensa, tv, internet, revistas especializadas)</p>	x		<p>Por el momento solo utilizan redes sociales para el alquiler de parqueos y eventos pequeños al área libre por la limitación que sufre el parque.</p>  
Medios y canales			
Página Web	x		https://coperex.com.gt/
Redes sociales	x		<p>Facebook https://www.facebook.com/COPEREX-Parque-de-la-Industria-805501256144773/ YouTube https://www.youtube.com/channel/UCKdPW7z_0jvZFTsA8aroMba Twitter https://twitter.com/ParqIndustriaGt</p>
Revistas digitales	x		Memoria de labores
Canal de TV		x	



Radio en línea o programas de radio		x	
Blogs informativos		x	
Campaña de Relaciones Públicas			
Campañas de comunicación a través de medios alternativos: (congresos, simposios, patrocinios, ferias, activaciones BTL)			
Otros:			

Fuente: elaboración propia

Tabla 7: responsabilidad social empresarial

Variable a observar	Sí	No	Notas
Estrategias de responsabilidad social empresarial		X	
Patrocinios		X	
Donaciones		X	
Alianzas con sector social y educativo, ambiental, cultural	X		

Fuente: elaboración propia

Tabla 8: manejo de crisis

Variable a observar	Sí	No	Notas
Estrategia para manejo de crisis		X	No esta visible en los medios observados, se debe indagar con la persona encargada de comunicación.
Manual de Crisis		X	
Otros			

Fuente: Elaboración propia

Se procedió a solicitar a Recursos Humanos, pero no existe uno como tal, se utiliza el que norma del Ministerio de Trabajo de acuerdo a Base Legal, Reglamento de Salud y Seguridad Ocupacional – Acuerdo Gubernativo 229-2014, Reformas al Reglamento de Salud y Seguridad Ocupacional -



Acuerdo Gubernativo 51-2015 y Reformas al Reglamento de Salud y Seguridad Ocupacional -
Acuerdo Gubernativo 199-2015.

Entrevistas en el Comité Permanente de Exposiciones -COPEREX-.

Las entrevistas fueron una herramienta importante y se tuvo el total apoyo de áreas importantes como la administrativa, recursos humanos y mercadeo y ventas. Se realizaron de acuerdo a la calendarización y se logró mucha información para la identificación del investigador de aspectos a atender.

Entrevista 1:

Licenciado Carlos Antonio Shol

Es el encargado de coordinar un área tan importante en la comunicación interna y externa, como la de información y tecnología, por lo fue importante identificar qué candados existen para el manejo de redes sociales y la página web. Posteriormente se coordinó con el Ingeniero José Miguel Castroconde Flores, quien se encarga de los temas informáticos de la institución.

Entrevista 2:

Licenciada Astrid Dinora González Arias

Dentro de su ámbito de manejo lleva la comunicación interna y capacitaciones. Fue importante tener el aval para realizar investigaciones de procesos, se coordinaron directamente muchas actividades para conocer aspectos internos de mensajes motivaciones, cartelera y desarrollo de planificación de capacitaciones y sus temas de interés para personal.

Entrevista 3:

Licenciada Wendi Ofelia Cardona Gómez de García

El departamento de mercadeo y ventas es fundamental para el diagnóstico ya que acá se origina mucha parte de la comunicación interna y externa por ser la ventana o carta de presentación de COPEREX, por esa relación con los clientes. Ahí se origina la información de los eventos a



realizarse y coordina con el departamento de mantenimiento para la conservación de los salones y áreas de entretenimiento. Además, coordina con el área de información y tecnología la información de la página web y redes sociales.

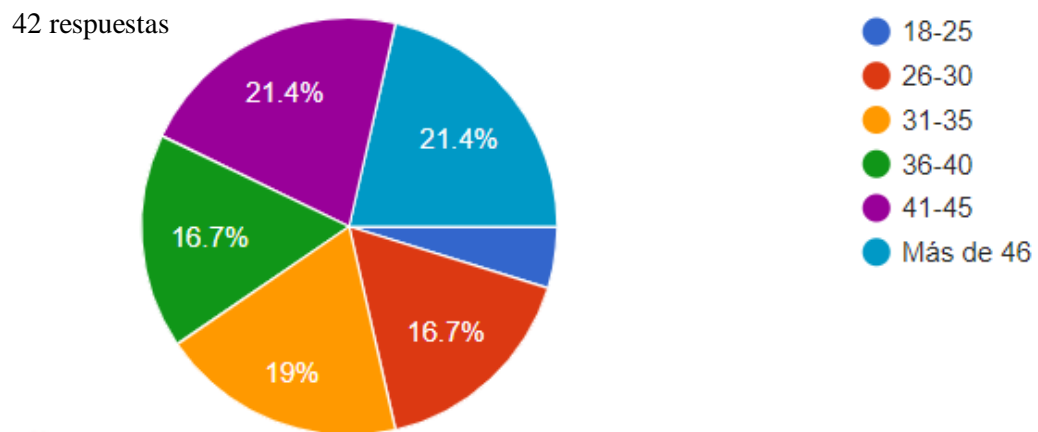
Encuestas en el Comité Permanente de Exposiciones -COPEREX-

Un instrumento muy importante fue realizar las encuestas para conocer la satisfacción del personal y detalles internos que dan datos interesantes para la institución y la investigación, la cual fue elaborada con un enfoque mixto por aspectos cualitativos y cuantitativos.

1.13.3 Interpretación de resultados

La finalidad de este proceso es dar a conocer toda esa información que se recolectó derivada de las preguntas y/o interrogantes, y graficarlas para su comparación y ver el impacto o aporte que pueda brindar a la institución.

Figura 8: edad actual

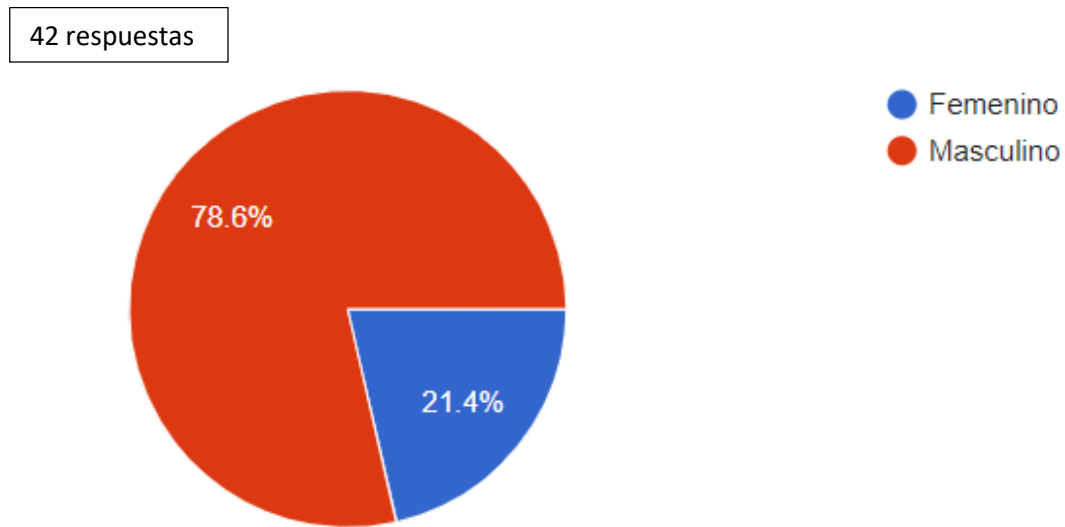


Fuente: elaboración propia

La pregunta inicial era para determinar la edad del personal que labora en COPEREX. En la interpretación se establece que la mayoría se encuentra en los rubros de 41-45 años y de más de 45 años. El que le sigue es el rubro entre los 31-35 años. Se puede interpretar que el personal de COPEREX su mayoría supera los 41 años.



Figura 9: género del entrevistado

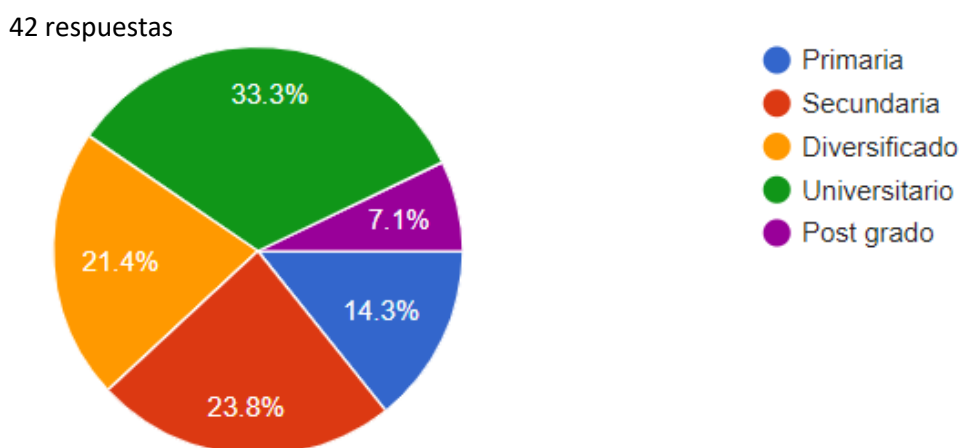


Fuente: Elaboración propia

En la segunda pregunta era para establecer el género que predomina en la institución y es muy visible que el género masculino es el mayoritario con un 78.6% sobre un 21.4% del femenino, esto se debe al personal operativo y de seguridad por lo exigente de las actividades.



Figura 10: nivel académico del entrevistado



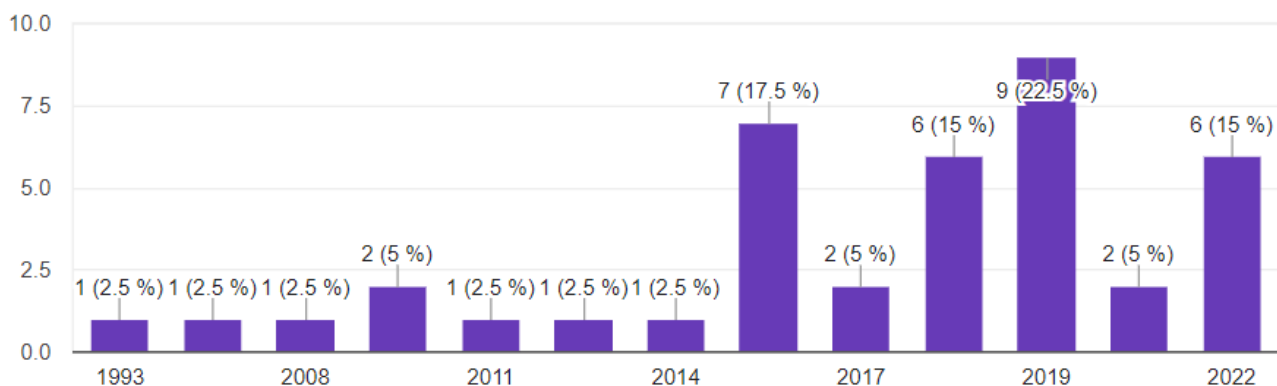
Fuente: elaboración propia

En la tercera pregunta se establece el nivel académico, y es satisfactorio saber que la mayoría del personal se encuentra en buena mayoría con estudios universitarios, nos dio un porcentaje de 33.3% seguidamente con el nivel secundario con un 23.8% y posteriormente con el diversificado con un 21.4%.



Figura 11: Año de ingreso a COPEREX

40 respuestas



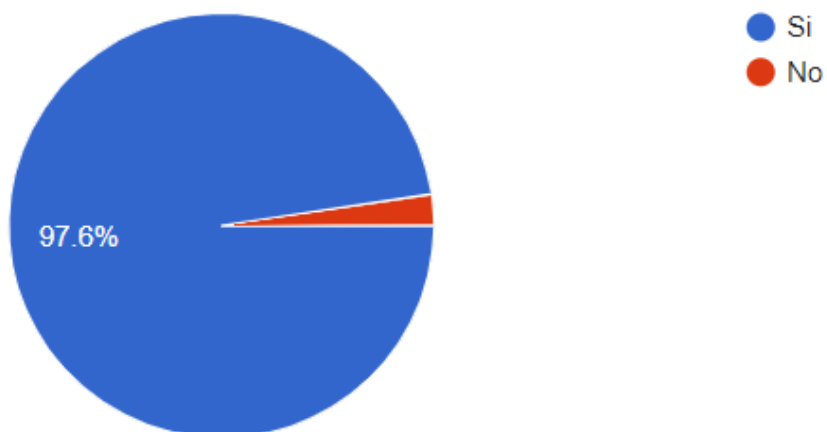
Fuente: elaboración propia

En la cuarta pregunta se establece la antigüedad del personal y en su mayoría ingresó en el año 2019 con nueve contrataciones para un porcentaje de 22.5 %. Le sigue el año 2015 con siete contrataciones para un porcentaje de 17.5%, por lo que se puede verificar que es buena cantidad del personal que se encuentra con antigüedad de siete años y otro de tres 3 años. Es poco el porcentaje con mucha antigüedad.



Figura 12: ¿Le gusta recibir talleres motivacionales?

42 respuestas



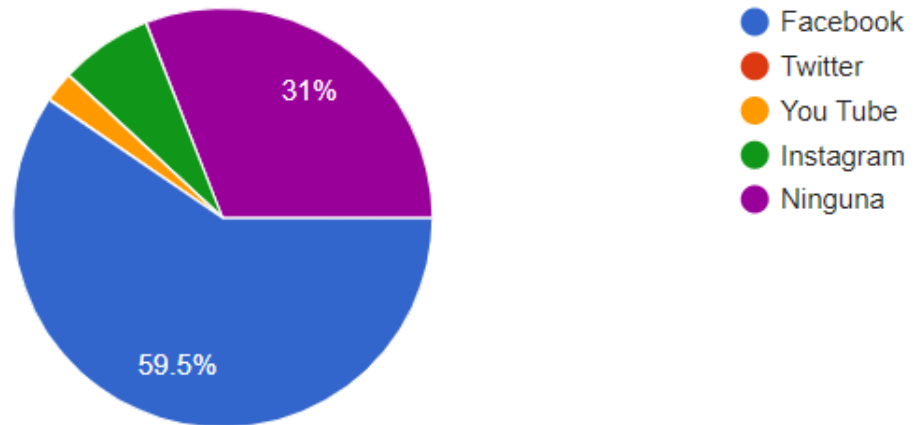
Fuente: elaboración propia

En la quinta pregunta es muy positivo y agradable saber que un porcentaje de 97.6% del personal le gusta recibir talleres o charlas motivacionales. Hay mucha colaboración para participar en eventos organizados por el Departamento de Recursos Humanos de COPEREX. En el presente año la mayoría han sido direccionadas a cursos técnicos o específicos por entes como la Contraloría General de Cuentas.



Figura 13: ¿Ha ingresado a alguna red social de COPEREX?

42 respuestas



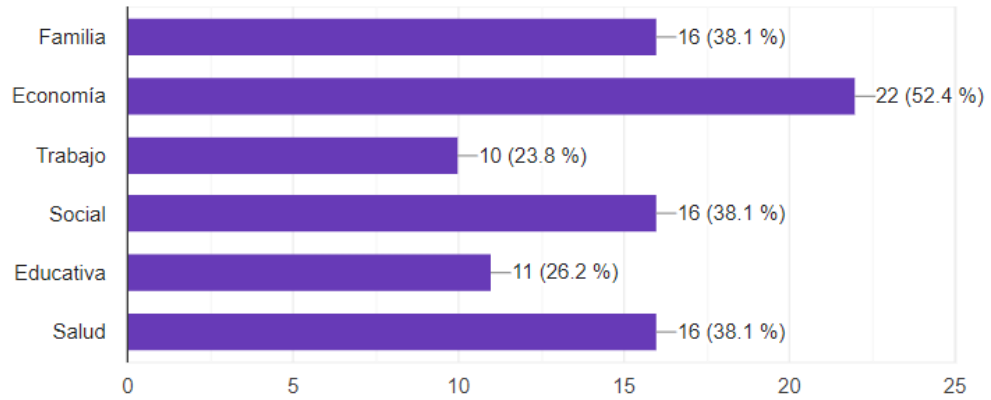
Fuente: elaboración propia

En la sexta interrogante es interesante conocer qué red social consultan los empleados de COPEREX. Como parte de la comunicación interna, saber cuál es la aplicación favorita para conocer los eventos del Parque, en su mayoría opinó que es *Facebook* la más consultada por el personal con un 59.5% pero también existe mucho personal que no las consulta.



Figura 14: ¿Qué más ha impactado el COVID-19 en su entorno?

42 respuestas



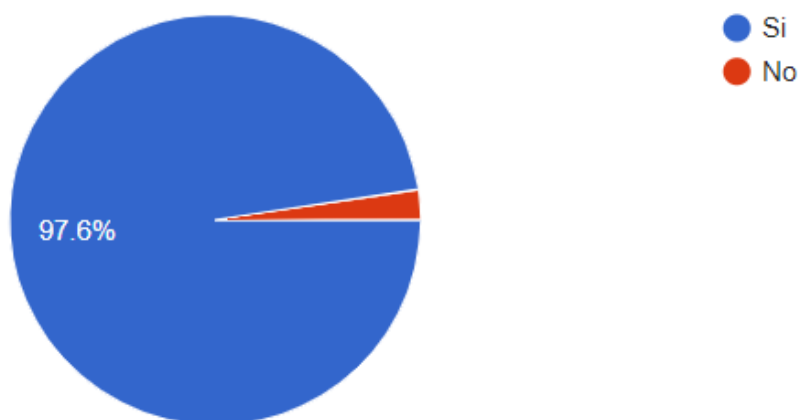
Fuente: elaboración propia

En la séptima interrogante debido a la pandemia, es importante conocer qué aspecto llegó a afectar al personal. Es evidente que lo económico fue lo más afectado con un 52.4% en la mayoría coincidió por la baja de eventos en el Parque. En segundo plano con el mismo porcentaje del 38.1%, tres rubros como lo familiar, social y salud fueron otros aspectos afectados.



Figura 15: ¿Está orgulloso de decirle a la gente donde trabaja?

42 respuestas



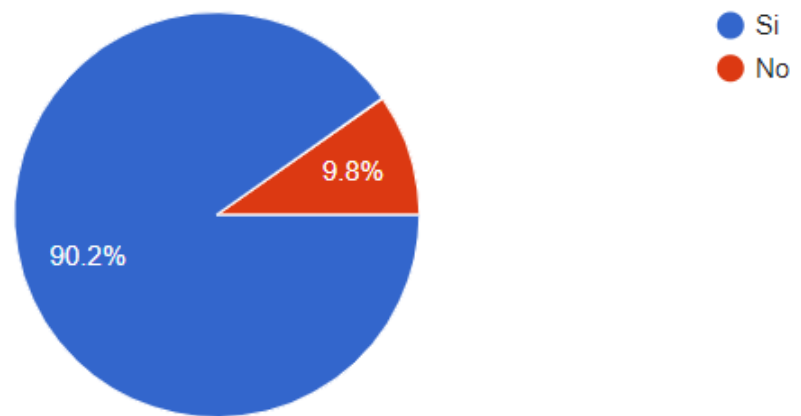
Fuente: elaboración propia

En la octava interrogante, como dato de interés para las autoridades, es agradable saber lo orgullosos que están los empleados de COPEREX, expresar esa alegría de trabajar en el parque, que la mayoría del personal tiene sentido de pertenencia a laborar en el Comité Permanente de Exposiciones -COPEREX- y se siente agradecida de ser parte de la institución.



Figura 16: ¿COPEREX le brinda oportunidades de aprendizaje y desarrollo?

41 respuestas



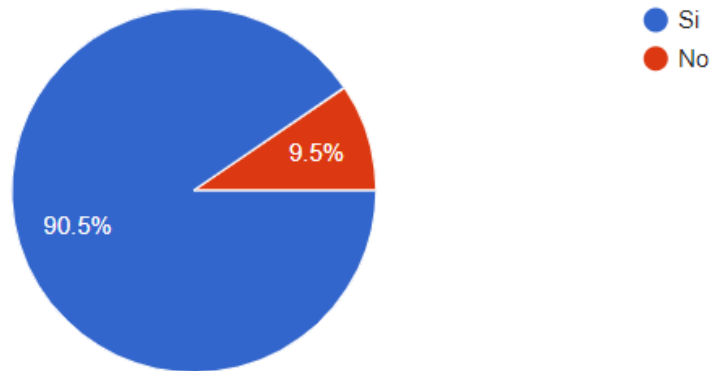
Fuente: elaboración propia

Es la novena pregunta para conocer si el personal se siente apoyado en aprendizaje y desarrollo dentro de la institución, ha sido muy satisfactorio saber que la mayoría del personal con un 90.2% logra ese nivel de aprendizaje y desarrollo para realizar sus actividades en el Parque.



Figura 17: ¿Los mensajes emitidos por jefes y autoridades son claros y concisos?

42 respuestas



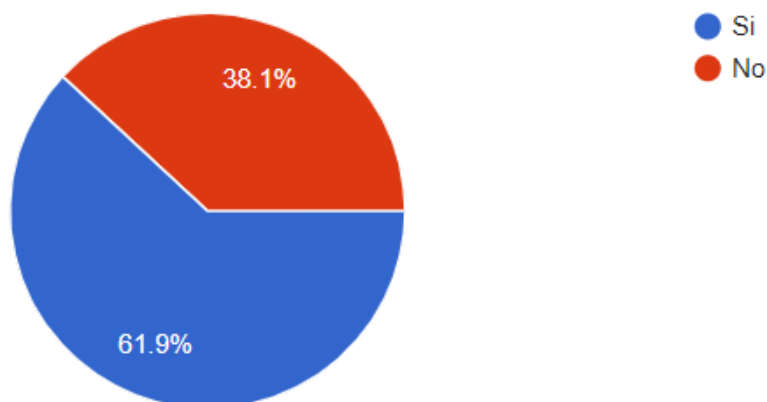
Fuente: elaboración propia

En la décima pregunta es de importancia para conocer cómo es la comunicación interna específicamente en la que se desarrolla en la forma directa y presencial. Sí, los mensajes fluyen y obtienen esa retroalimentación para cumplir con las actividades diarias y se percibe que los mensajes son claros por parte de los jefes inmediatos y autoridades.



Figura 18: ¿Consulta las carteleras de información de las oficinas?

42 respuestas



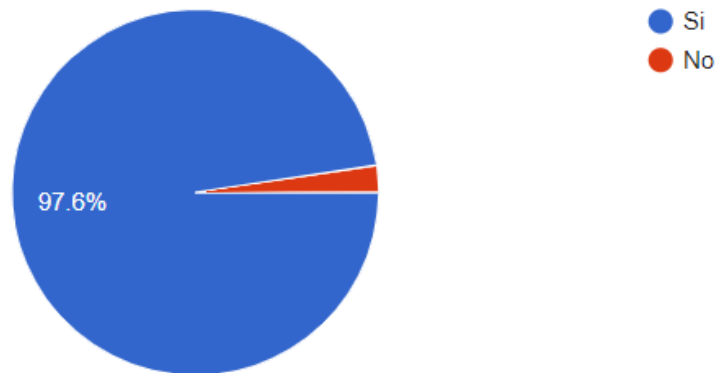
Fuente: elaboración propia

La interrogante onceava era importante para conocer otro canal de comunicación interna como lo son las carteleras de información que genera el departamento de Recursos Humanos. Estas no parecen muy atractivas, pero, logra un 61.9% de aceptación para consultas de acciones internas que se desarrollan dentro de la institución. Solo es necesario fortalecerlas.



Figura 19: ¿Disfruta el trabajo específico que hace cada día?

42 respuestas



Fuente: elaboración propia

En la doceava pregunta y última era necesario saber qué tan satisfecho se encuentra el personal de COPEREX con lo que realiza diariamente y es importante saber que disfrutan lo que hacen. Un porcentaje de 97.6% está muy satisfecha de su trabajo en el Parque.



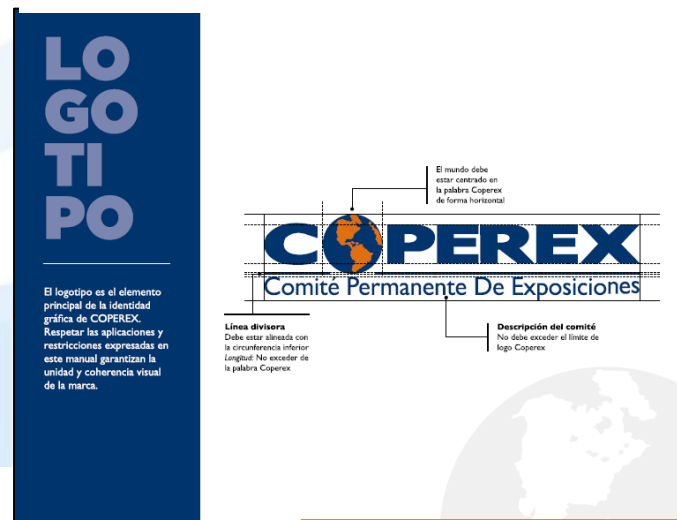
Lo documental en el Comité Permanente de Exposiciones -COPEREX-

En lo documental existen manuales e instructivos donde cada jefatura o departamento rige sus actividades internas y atención externa. Si no las aplican debidamente pueden ser sancionadas por la Contraloría General de Cuentas en sus exámenes anuales a cada área. Son pocos los temas que no tiene regulación o están muy superficiales, pero, existen documentos de consulta, así como un Acuerdo Gubernamental donde se origina el Comité. Por otro lado, el Departamento de Mercadeo y ventas se encuentra fortalecido con un Manual de Imagen de Marca del Comité Permanente de Exposiciones -COPEREX-.

Figura 20: portada del manual de marca



Figura 21: portada del manual de manejo de logotipo





1.14 FODA

Una de las herramientas fundamentales para el proceso de diagnóstico personal se encuentra en la búsqueda de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas denominada FODA. Está integrada por cuatro rubros de suma importancia y su finalidad es la de detectar todos los aspectos positivos y negativos de una institución o empresa, así como determinar sus áreas internas y externas.

Área interna

Se encuentran las fortalezas, éstas se catalogan en el diagnóstico como los atributos o destrezas con las que cuenta la entidad para alcanzar sus objetivos. También están las debilidades, que son los aspectos perjudiciales o factores que desfavorecen el desarrollo de la empresa.

Área externa

Se encuentran las oportunidades, que son las opciones que tiene la empresa para el desarrollo, expansión o que puede sumar a la organización. Por otro lado, encontramos las amenazas. Estas son los elementos que dañan a la institución de forma progresiva y que tienden a restar posibilidad de alcanzar los objetivos de la empresa.



Tabla 9: matriz FODA

Fortalezas:	Oportunidades:
<ul style="list-style-type: none">✓ Existen canales de comunicación interna y externa.✓ Como correo institucional con dominio propio.✓ Hay grupos de <i>WhatsApp</i> para diferentes comisiones, departamentos o secciones establecidas.✓ Infraestructura de servidores para respaldo de redes están fortalecidas.✓ Estructura organizacional bien establecida con base legal.✓ Cuenta con misión y visión y sus objetivos.	<ul style="list-style-type: none">✓ Se utiliza redes sociales como <i>Facebook</i>, <i>Twitter</i> y <i>YouTube</i>, están limitadas las publicaciones pagadas.✓ Espacios adecuados para publicidad interna y externa.✓ Instalaciones óptimas y amplias para desarrollo de capacitaciones o cursos.
Debilidades:	Amenazas:
<ul style="list-style-type: none">➤ Falta de una parte mínima de equipo para desarrollo de capacitaciones y/o cursos.➤ Se encuentra establecida un área de comunicación, pero no existe personal.➤ Que sean más rentables las herramientas tecnológicas y redes sociales.➤ Estandarizar los afiches y comunicados internos de COPEREX.	<ul style="list-style-type: none">➤ Temporalmente se encuentra inhabilitada una parte de las instalaciones por el funcionamiento del hospital temporal de Covid-19.➤ Difusión masiva y pagada de los eventos y espacios que se encuentran activos en redes sociales.

Fuente: Elaboración propia

1.15 Problemas detectados

Toda acción que se desarrolle en el Parque debe ser antes consultada en reunión de junta directiva. Puede decirse que a veces esos trámites se vuelven un poco burocráticos ya que hay acciones que deberían asumir los directores.

La institución a lo que respecta los canales de comunicación de preferencia, se encuentra el correo institucional y grupos de *WhatsApp* por departamentos. Además, se tiene instaurado llenar todos los días una encuesta en *Google forms* sobre cualquier posible síntoma del COVID-19.



Debido a la pandemia se ha reducido considerablemente los ingresos del Parque por lo que se ha recortado la nómina hasta un 50% de la cantidad de personal, pero las mejoras en los salones e instalaciones en general están óptimas.

Se tiene la obligación de mantener el sitio web actualizado, por la información que se tiene la obligación de publicarse mensualmente. La página web tiene a la vista la misión y visión, listado de personal, objetivos y plan estratégico.

La reuniones y capacitaciones se mantienen en la modalidad virtual. Las que conciernen con acciones del Parque con el personal se manejan presenciales con la cantidad de personas adecuadas en un salón.

1.16 Planteamiento del problema comunicacional

¿Cómo afectan los problemas comunicacionales de COPEREX al mejoramiento de acciones internas?

Hipótesis: Los canales de comunicación les falta apoyo y más expansión. Mantener los existentes de manera disfuncionales y saturados de ruidos pueden provocar pérdida de tiempo en el desarrollo de las labores. Las capacitaciones no se encuentran al cien, esto genera conflictos operacionales y comunicacionales. Mientras, la ausencia de reuniones de trabajo desencadena desestabilización en la operación y bloquean las prioridades comunicacionales derivadas por el distanciamiento del COVID-19.

1.17 Indicadores del éxito

Las modalidades de trabajo en las investigaciones han llevado un giro diferente a años anteriores, pero ha sido de mucha enseñanza debido a la pandemia del COVID-19, donde el soporte tecnológico fue muy importante para todo desarrollo de asesoramiento, reuniones con las autoridades de la institución, y la aplicación de las acciones directas en el proyecto.



Recurso Humano

En este rubro es fundamental la asesoría que nos aportó la coordinación y todos los asesores y asesoras del Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, así como invitados de apoyo para temas de desarrollo de los informes.

El personal del Comité Permanente de Exposiciones -COPEREX-, fue muy importante para el desarrollo del proyecto. Se tuvo el apoyo del subgerente, Msc. Byron Azmitia Pereira; jefe del departamento administrativo, Licenciado Carlos Antonio Shol; jefa del departamento de recursos humanos, Licenciada Astrid Dinora González; jefa de mercadeo y ventas, Licenciada Wendi Ofelia Cardona Gómez de García; así como el acompañamiento de MA. Evelin Hernández durante el desarrollo de las actividades de la investigación

El apoyo del capacitador y motivador internacional, Licenciado Raúl Calderón, quien nos brindó una charla emotiva donde se vio la motivación del personal en temas de excelencia y lecciones de la pandemia.

Recurso Material

Se utilizó equipo propio para la capacitación, como audio profesional, cañonera y computadora laptop. La institución nos proporcionó mobiliario como sillas, mesas, pantalla para proyector.

Refacciones y bebidas para los participantes en capacitación denominada “La excelencia y las lecciones que nos dejó la pandemia”.

Una de las ventajas de la institución, y por la naturaleza de la misma, es que cuenta con espacios adecuados para desarrollar muchas actividades.

Recurso Económico

En este rubro los gastos se asumieron por parte del investigador, en su mayoría, entre los que se encuentran: la contratación del motivador, la adquisición de dos carteleras, el diseño de afiches e infografías para redes sociales, así como el pago de la publicación en las mismas. La institución nos brindó los espacios, servicios básicos y mobiliario para la capacitación.



1.18 Limites y alcances de la investigación

Dentro de las limitaciones inicialmente estuvieron las capacitaciones debido a la pandemia del COVID-19 ya que a inicios del 2022 se tenía la limitante de reuniones, talleres o capacitaciones. Para evitar contagios se seccionaban con aforo limitado. En cuanto a las publicaciones externas en las redes sociales fue necesario esperar el tiempo prudente para la búsqueda de posibles clientes para eventos dentro del Parque de la Industria, ya que toda acción dentro COPEREX debe ir a junta directiva, según se encuentra normado en la ley que regula todas las acciones de la institución.

Los alcances son para las áreas responsables de comunicación interna a cargo de Recursos Humanos y la externa que está a cargo de Mercadeo y Ventas. Así como para el personal de COPEREX en mejorar los canales de comunicación, para conocer todas las acciones fundamentales que se desarrollan dentro del Parque para mejor coordinación de los eventos, mejorar la divulgación en redes sociales y dar conocer la reactivación de actividades dentro del Parque.

1.19 Proyecto a desarrollar

Derivado de la identificación de áreas para apoyo según el canal y tipo de comunicación que realizan por su naturaleza, el cual se le denomina Diagnóstico de comunicación interna y externa en el Comité Permanente de Exposiciones -COPEREX-.



Capítulo 2

2 Plan estratégico de comunicación

La comunicación humana es aquella extensa parcela de la comunicación que tiene lugar entre los seres humanos y los diferentes grupos de éstos pueden formar. (Ortega, 2009) La planificación es un proceso fundamental en todo proyecto, ya sea desde la tarea diaria más sencilla a una institucional por lo que la comunicacional se vuelve vital para una empresa o institución.

La finalidad de crear un plan comunicacional es que sea viable y de metas alcanzables. En el aspecto interno lograr que se integren todos los mandos altos y medios para lograr que los canales de comunicación funcionen y llegue esa información hasta personal operativo.

Para el cumplimiento de la comunicación externa es importante en estos tiempos modernos un manejo de redes sociales con mensajes interesantes y atractivos para lograr atraer esa atención de inversión.

El plan es esa herramienta fundamental para concretar esas acciones previstas en el mismo, y mejorar esa retroalimentación de comunicación a lo interno y externo de la empresa. El éxito dependerá de llevar a cabo como se describe y llegar a cumplir los objetivos siempre considerando y priorizando la visión y misión institucional.

2.1 Plan de comunicación

El plan estratégico de comunicación tiene el propósito de practicarse en el Comité Permanente de Exposiciones –COPEREX, que tiene la administración del Parque de la Industria. Se quiere lograr que las herramientas sean las esperadas para el aporte de la institución.

Todo tratamiento estético tiene un significado, no es posible mejorar o empeorar la calidad estética de un mensaje sin alterar su significado, sin incrementar o reducir la fuerza de un mensaje, o sin tener un efecto en la selección del sector del público al que se dirige el mensaje. (Jorge, 2006)

Con regularizar y coordinar reuniones de trabajo en las áreas donde se genera más comunicación que la misma sea ágil y clara para que el nivel operativo se sienta apoyado y dentro del nivel de



importancia con sus aportaciones. Se busca replicar esta estrategia con más departamentos y/o unidades.

Por otro lado, la retroalimentación debe ser en una generación adecuada de mensajes y en forma gradual. La saturación de información llevará a perder la atención, en este sentido, tiene que ser básica y atractiva para el personal de COPEREX.

Dentro de las acciones a trabajar se encuentran las capacitaciones que serán otra técnica de comunicación que se aplicará en COPEREX. En dicha técnica se busca incrementar el conocimiento de los colaboradores con el fin de que puedan elaborar mensajes concretos, efectivos y direccionados correctamente, según el contexto en que se desarrolle la solicitud de información.

2.2 Elementos comunicacionales

La comunicación interna es todavía una de las grandes asignaturas pendientes de la empresa. Reconocida por todos los hombres de empresa como una necesidad ineludible al servicio de una gestión moderna e innovadora, la comunicación interna no ha alcanzado todavía ese reconocimiento práctico, que se demuestra en la creación de órganos responsables con funciones bien definidas y en la dotación de recursos humanos, técnicos y económicos adecuados para desempeñarlas. (Jiménez, 1998)

En esta nueva perspectiva de la organización se asume que hay comunicación humana cuando una persona responde a un mensaje y le asigna significado, siendo el mensaje: unos símbolos o cosas materiales a los que la gente está atenta y crean significados en el proceso de comunicación, sea esta interna (para sí mismo) o externa (para los demás). (Lucas, 1997)

El proceso de la comunicación y sus elementos son fundamentales para identificar quienes intervienen y de esta forma establecer a los responsables de emitir los mensajes para que lleguen a obtener el fin de la retroalimentación positiva dentro de una institución.



Emisores

Quien inicia ese proceso tan vital, como puede ser positivo o negativo, el responsable que ese mensaje sea lo más fácil, entendible y atractivo, ante todo, que cumpla la función de utilizar el canal correcto y les llegue a los receptores.

Receptores

Se le define el objetivo final, quien recibirá ese mensaje o información. Es el actor en donde se puede identificar si tuvo el mensaje tuvo el impacto que se esperaba. Sin embargo, dependerá mucho del canal, pero su función es de recibir esos mensajes y buscar esa retroalimentación.

Códigos

Se establece y define que son los signos, imágenes y sonidos que forman el mensaje. Este elemento agrupa aspectos como el idioma, los signos, las letras, la fonética y dependerá de la gramática específica del lugar y sus aspectos culturales.

Mensajes

Lo que integra todo el conjunto de códigos lo ensambla ese mensaje, lo que se desea transmitir o enviar. En resumida cuenta le llamamos datos que se expresarán. Es la información que el emisor desea informar hacia los receptores.

Canales

Es sencillo identificar el canal en comunicación dentro los cuales puede ser la radio, televisión, prensa, correos electrónicos y en estos tiempos modernos se utilizan mucho las redes sociales. Estas vienen a ser las rutas o vías que se utilizan para trasladar ese mensaje codificado del emisor a receptor.

Ruidos o barreras

Como su nombre lo indica viene a ser esa interrupción o distorsión. Dentro de la comunicación pueden existir muchas veces debido a un factor externo del emisor y puede crear inconvenientes, y esto motiva muchas veces a fallar en procesos trascendentales en cualquier actividad de comunicación.

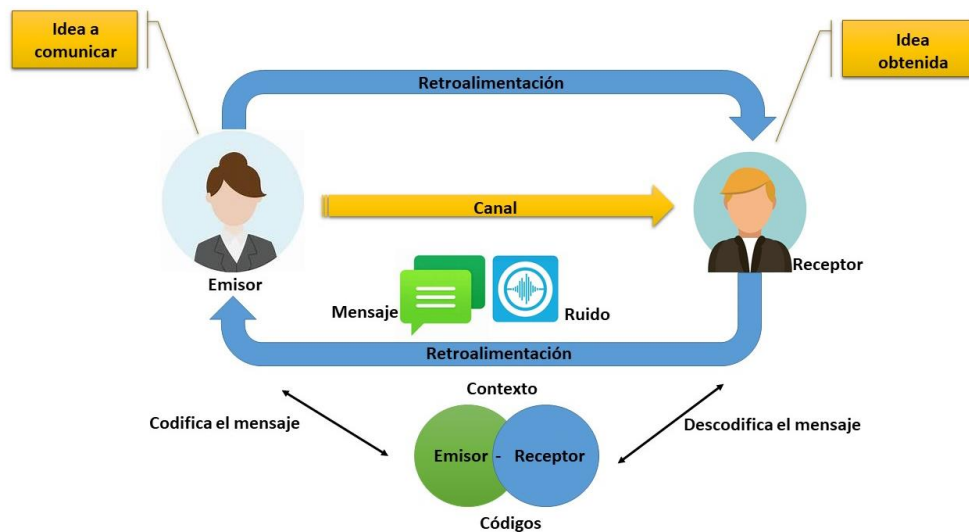
Contexto

Específicamente será el campo cultural o marco socio-económico en donde se desarrolla el proceso comunicativo y donde entran en función el significante y significado, la semántica, dependerá mucho por el tipo tema que se desarrolla o tecnicismos.

Realimentación

Esta se deriva de la respuesta que el receptor manifiesta al emisor. Es cuando se produce que el extremo, llamado receptor, recibe el mensaje sin ruidos o barreras y lo decodifica, lo entiende y lo contextualiza correctamente, lo cual provoca una señal que utiliza el mismo esquema que el emitido y origina el proceso de la comunicación.

Figura 22: estructura de la comunicación



Fuente: elaboración propia

Una vez descritos los conceptos y conocida la estructura comunicacional, se identifica a cada una con quienes pueden apoyar ese proceso y ser de mucho valor para la COPEREX:

- Emisores y Receptores: Se aplicará en la comunicación vertical descendente. Este proceso va de las jefaturas hacia los asistentes y se establecerán marcos, procesos y estructuras que faciliten la comprensión de los mensajes. Así como la vertical ascendente, de los asistentes



hacia las jefaturas, quienes utilizarán el mismo esquema establecido en el proceso anterior.

Por último, se aplicará en la comunicación lineal u horizontal, es decir, de empleado a empleado del mismo nivel o entre departamentos, unidades y secciones, para establecer una estructura comunicacional ordenada.

- Canal: Se utilizará el canal verbal interpersonal en la modalidad de reuniones con las jefaturas y con el equipo operativo, para dar viabilidad a las planificaciones laborales y a las nuevas disposiciones que indique o solicite la sub gerencia.

Además, se aplicará también en capacitaciones al personal, en lo concerniente a la comunicación para que fortalezcan la elaboración de mensajes efectivos, el uso correcto de los canales actuales, como la mensajería instantánea *WhatsApp* que actualmente ya se utiliza para ciertas comisiones como por ejemplo la de seguridad ocupacional, así como beneficiarse del uso del correo electrónico.

También se utilizará para implementar capacitaciones de índole técnica y de otras áreas o temáticas, según convenga o necesite un colaborador, departamento o a la misma empresa.

Así como la implementación de un muro informativo y de nuevas modalidades de comunicación.

- Mensaje: Se determinarán temas en cuestión y la dirección que se quiera dar al mismo así será determinado el campo de operación en la elaboración de mensajes y su contenido.
- Código: A pesar que hay personal que domina un dialecto nativo de Guatemala, el código se enmarcará en el idioma español, debido a que es mayor el porcentaje de personal ladino o mestizo que indígena.
- Ruido: La finalidad es reducir los ruidos comunicacionales existentes, como optimizar la señal de redes o proporcionar *wifi* solo para empleados.
- Contexto: Este elemento comunicativo será aplicado según el esquema laboral de cada



departamento, jefatura, unidad o sección, conforme a sus tiempos, requerimientos y necesidades.

2.3 Objetivos del plan estratégico

General

Fortalecer la comunicación interna del Comité Permanente de Exposiciones -COPEREX-

Específicos

- Fortalecer los canales oficiales de comunicación interna horizontal y vertical ya existentes.
- Originar mensajes para fortalecer la cultura organizacional interna y el sentimiento de pertenencia a la institución.
- Ejecutar el seguimiento del uso de los canales oficiales para la comunicación interna de COPEREX.

2.4 Estrategia

La metodología

La metodología a través de la estrategia nos lleva a elaborar esas herramientas para lograr todas las búsquedas de las soluciones dentro de una investigación, ser el punto de partida hacia donde se direccionan esas acciones tan fundamentales.

Así como identificar dentro del esquema de comunicación, cómo se desarrolla y sus canales de emisión, si existe esa retroalimentación con la finalidad que los aportes de las ideas de todos los niveles existan en forma ascendente para el logro de metas y objetivos de una institución.

Dentro del esquema de comunicación, los elementos que la integran deben existir dentro de toda la entidad pero que logre unión de trabajo y retroalimentación para cumplimientos de metas de departamentos, unidades y secciones y crear una empresa exitosa.

Que la comunicación descendente se considere las necesidades del nivel operativo y mandos medios. Que sea clara, concisa y objetiva, que la ascendente sea considerada importante porque conocen más interioridades o aspectos muy técnicos de las operaciones, y la horizontal que unifique



a las jefaturas de los departamentos o unidades para lograr el trabajo en equipo, y crear la armonía dentro de las empresas.

Dentro de la investigación va ser fundamental aplicar el método descriptivo que tiene como elemento principal la observación, y que va a ser apoyada por aspectos cualitativos y cuantitativos o mejor conocido como mixto. Otro factor importante en lo descriptivo es la de evaluar una población y por lo mismo se pueden aplicar muchas técnicas y recolección de datos, por ejemplo, la observación del investigador, encuestas, entrevistas y la recolección de documental.

2.5 Acciones para conseguir los objetivos

Tabla 10: acciones a ejecutar

Acción 1	
Capacitaciones:	Actualmente se han reactivado las capacitaciones presenciales en COPEREX, por lo que se buscará apoyar en temas motivacionales y de manejo de actividades presenciales después de pandemia.
Descripción:	
<ul style="list-style-type: none">• Contactar a un experimentado motivador internacional, una persona de mucha experiencia en temas de ayuda personal, especialmente después de una época complicada por la pandemia, es necesario el apoyo moral.• El licenciado Raúl Calderón de nacionalidad peruana, radicado en Guatemala con una experiencia de más de 23 años en temas liderazgo y superación personal, apoyando a grandes empresas nacionales como Shell, Tigo, Aceros arquitectónicos, Pollo Campero, Banco Industrial, Coca Cola y Toyota.• En la primera semana del mes de agosto se coordina realizar un evento con una cantidad estimada de 50 personas cumpliendo un 90% de la cantidad total del personal, cuidando todos los detalles de montaje de audio y visual, así como las instalaciones adecuadas como el Salón No. 10 del Parque de la Industria.• El tiempo estimado para la actividad es de una hora y media con su respectiva	



refacción y detalles de montaje.

- El tema de la capacitación será orientado en la reactivación de actividades de tipo social, laboral, familiar y educativa después de una limitación de acciones por pandemia.

Acción 2

Muro informativo:

Instalar una cartelera doble para colocar afiches y normativas de interés para el personal. Algo más llamativo para los trabajadores.

- La finalidad de carteleras informativas en las entradas principales de oficina es de atraer al personal, para que conozcan las diferentes actividades del parque, así como oficios y normativos de interés del personal COPEREX.
- Se aportará dos pizarras combinadas de corcho con formica para combinar ambas informaciones como afiches y oficios.
- Diseñar afiches con información estándar para todos los eventos identificando la institución para crear más el sentido de pertenencia.

Acción 3

Correo electrónico:

Apoyar a Recursos Humanos en el mensaje motivacional diario que envían a todo el personal y poder aplicarlo a la red de mensajería.

- Fortalecer los diseños ya existentes de mensajes motivacionales, corto claro y conciso.
- Crear una plantilla base con identificación institucional, y establecer como diseño fijo.

Acción 4

Redes

sociales

y

Actividades de apoyo en mejorar la interacción hacía el público



mensajería:	exterior de la red social <i>Facebook</i> , así como el envío del mensaje motivacional a red mensajería como <i>WhatsApp</i> del personal operativo para que sientan que son parte del equipo de importancia de COPEREX.
<ul style="list-style-type: none">• Realizar diseños para redes sociales.• Gestionar y realizar pago para publicaciones en redes sociales, debido a la limitante que tiene la institución para este rubro por ser pago de tarjetas de crédito.• Búsqueda de interacción de nuevos usuarios de redes y atraer más seguidores a las redes de COPEREX.	
Acción 5	
Reuniones de trabajo:	Para solicitar el apoyo de las herramientas a implementar, así como para que conozcan los detalles del personal.
<ul style="list-style-type: none">• Presentar avances de las actividades a realizar en el Ejercicio Profesional Supervisado.• Presentación de las acciones a desarrollarse en COPEREX, de acuerdo a la planificación, a las autoridades y Jefes de Departamentos que estarán involucradas en la comunicación interna y externa.	

Fuente: elaboración propia

2.6 Público objetivo

El público objetivo en la comunicación interna será el personal de COPEREX quienes verán reflejados los mensajes en correos institucionales y las redes sociales, comunicaciones establecidas en la institución por medio de los resultados de imagen corporativa. En la comunicación externa, nuestro objetivo será el público en general que quiera rentar salones o espacios del Parque de la Industria, así como todas las personas interesadas en asistir a eventos feriales, religiosos, políticos, musicales o culturales.



2.7 Mensaje clave

Fortalecer la comunicación interna y externa del Comité Permanente de Exposiciones -COPEREX.

2.8 Los indicadores para medir el cumplimiento

Tabla 11: indicadores de las acciones

Indicador de la acción 1	
Capacitaciones Motivacionales:	El confirmar de la existencia de dichas capacitaciones y la mejor herramienta es el registro con nombre y firma de los participantes, y videos de los mismos, así como publicarlos en redes sociales.
Indicador de la acción 2	
Cartelera informativa digital y/o Muro:	Colocar información de importancia como en forma de afiches, atractivos y llamativos para el personal de COPEREX.
Indicador de la acción 3	
Correo electrónico:	Dejar constancias de los artes para mejorar los mensajes motivacionales del día.
Indicador de la acción 4	
Capacitaciones:	Cuadros de participación con firma de los participantes.
Indicador de la acción 5	
Reuniones de trabajo:	Dejar documentos de constancia de los temas que se abordaron con fotografías de los participantes.

Fuente: elaboración propia



Propuesta 1: Capacitaciones motivacionales

Se encuentra la reactivación de capacitaciones motivacionales en COPEREX por las nuevas disposiciones del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social para la reactivación de actividades originadas por el COVID-19. Debido a tantas dificultades vividas durante la pandemia, una de las mejores formas de animar al trabajador es a través de las charlas de superación y de motivación. Se tiene en búsqueda un profesional en la materia, dicho profesional cuenta con una experiencia de nivel internacional.

Figura 23: empresa



Figura 24: experto motivador





Tabla 12: capacitaciones motivacionales

Propuesta 1:	
Estrategia	Capacitaciones motivacionales.
Problema	Derivado de las secuelas que ocasionó la situación de la pandemia, es necesario el apoyo motivacional del trabajador porque existió una considerable baja de ingresos extras o situaciones de encierro, o hasta el mismo padecimiento de la enfermedad de COVID-19.
Producto	Contactar al Grupo Excelencia donde cuenta con uno de los expertos Raúl Calderón para una capacitación de motivación de personal.
Objetivo de la comunicación	Ofrecer una capacitación de la salud mental del trabajador con charlas de motivación y lograr que el personal crea en sus potenciales.
Tipo de mensaje	Motivacional verbal.
Público objetivo	Personal operativo y de oficinas centrales de COPEREX.
Medio de difusión	Presencial y a través de redes sociales.

Propuesta 2: Cartelera informativa y / o Muro informativo

Actualmente, se realiza por medio del correo institucional y una cartelera en la entrada de oficinas centrales. Sin embargo, se debe fortalecer el diseño de los afiches y personalizar por red de mensajería como *WhatsApp*, que sea un diseño más atractivo e interesante para el personal y visitantes. Estandarizar los modelos de diseños.

Lo ideal será dejar un instructivo para dejar instaurado los modelos para avisos formales, informales e información de interés de general. Lograr que se conserve el Imagotipo en todos los documentos para identificación.



Figura 25: diseño anterior



Figura 26: antigua cartelera





Tabla 13: cartelera informativa

Propuesta 2:	
Estrategia	Cartelera informativa de formica y corcho.
Problema	Mejorar diseños de informativos.
Producto	Cartelera de información física que brinde mensajes de importancia general para los colaboradores y la elaboración de correos electrónicos con información oficial.
Objetivo de la comunicación	Crear afiches mensuales con información importante de eventos que se realizarán en el Parque de la Industria, así como el seguimiento de las publicaciones de fechas importantes del personal COPEREX.
Tipo de mensaje	Para información digital e impresa.
Público objetivo	Personal operativo y oficinas centrales de COPEREX.
Medio de difusión	Diseños para correo electrónico y mensajería, así como material impreso.

Fuente: elaboración propia

Propuesta 3: Correo electrónico y mensajes motivacionales diarios

También se fortalecerá la comunicación por correo electrónico institucional. El departamento de recursos humanos tiene la acción positiva de crear y enviar diariamente mensajes de motivación. Pero, debido a la carga laboral y saturación de texto no es muy atractivo ver los mensajes.

Figura 27: mensajes motivacionales diarios



Fuente:

Tabla 14: uso del correo electrónico

Propuesta 3:	
Estrategia	Uso del correo electrónico.
Problema	Volver más dinámica y atrayente los mensajes.
Producto	Realizar infografías de lectura rápida y visual agradable.
Objetivo de la comunicación	Que el mensaje sea directo y cause ese efecto de visualmente agradable, con información de interés.
Tipo de mensaje	Para información digital.
Público objetivo	Personal de oficinas centrales y que llegue a personal operativo por mensajería tipo <i>WhatsApp</i> .
Medio de difusión	Material electrónico.

Fuente: elaboración propia



Propuesta 4: Redes sociales y mensajería

Esta tiene un poco de relación con la anterior, pero en este caso, se tiene la finalidad de mejorar las redes sociales institucionales que no tienen el alcance necesario para el público en general debido a restricciones de reuniones y porque actualmente el Parque de la Industria alberga el Hospital Temporal de enfermos de COVID-19.

Tabla 15: propuesta 4

Propuesta 4:	
Estrategia	Redes sociales y mensajería.
Problema	No tiene el impacto muy pocas reacciones en redes sociales.
Producto	Crear mensajes con más impacto de los servicios de COPEREX así como iniciar una campaña de expectativa para eventos del Parque.
Objetivo de la comunicación	Que el Parque de la Industria de conocer de la apertura de eventos menores, por la limitación de espacio por hospital.
Tipo de mensaje	Imagen gráfica y digital.
Público objetivo	Público en general y personal de COPEREX.
Medio de difusión	Virtual y/o digital.

Fuente: elaboración propia



2.9 Recursos humanos

Tabla 16: recursos humanos

Personal	Puesto o actividad	Actividad dentro del proyecto
Lic. Byron Rene Azmitia	Sub gerente general	Reunión de avances y apoyo
Licda. Astrid Dinora González	Jefe(a) del departamento de recursos humanos	Reunión de avances y apoyo en carteleras y mensajes motivaciones, capacitaciones.
Lic. Carlos Antonio Shol	Jefe del Departamento Administrativo	Reunión de avances y apoyo en carteleras y mensajes motivaciones, capacitaciones.
Licda. Wendi Ofelia Cardona	Jefe(a) del departamento de mercadeo y ventas	Reunión de avances y apoyo en redes sociales.
Ing. Franz Diego Us	Jefe del departamento de servicio de mantenimientos y proyectos	Reunión de avances y apoyo en carteleras y mensajes motivaciones, capacitaciones.
Ing. José Miguel Castroconde	Jefe de tecnologías e información	Reunión de avances y apoyo en redes sociales.
Arq. Ana Lucia Ponciano	Departamento de servicio de mantenimientos y proyectos	Reunión de avances y apoyo en carteleras y mensajes motivaciones, capacitaciones.

Fuente: elaboración propia



2.10 Financiamiento y Presupuesto

El proyecto de comunicación, en su mayoría, será financiado por el estudiante. El presupuesto contempla refacciones, equipo de cómputo, equipo de audio y cañonera para capacitación. Así como el diseño de afiches e infografías para redes sociales y mensajes motivacionales diarios. Además, de la adquisición de pizarras especiales para afiches y notificaciones debidamente personalizada. COPEREX apoyará con los espacios para la ejecución de reuniones de trabajo, mobiliario y equipo, capacitaciones y reuniones para el acercamiento con todo el personal.

Tabla 17: presupuesto

Cantidad	Descripción	Costo unitario	Costo total
03	Sala de reuniones	Q 700.00	Q 2,100.00
01	Computadoras de escritorio	Q 5,000.00	Q 5,000.00
01	Mobiliario para las capacitaciones	Q 1,500.00	Q 1,500.00
01	Elaboración y colocación del muro informativo	Q 500.00	Q 500.00
01	Capacitación en materia comunicacional y técnica informática	Q 2000.00	Q 2,000.00
02	Cartelera de melanina	Q 800.00	Q 1.600.00
20	Afiches virtuales y diseño de los mismos	Q 500.00	Q 10,000.00
TOTAL			Q 22,700.00

Fuente: elaboración propia



2.11 Beneficiarios

Los beneficiados inicialmente es la institución y secundariamente será el personal de COPEREX, quienes verán reflejados en los mensajes y comunicaciones establecidas en la institución por medio de los resultados de imagen corporativa y que presupuestaria no afectará al rubro de gastos.

Se reflejará en los medios electrónicos de la institución y sus canales de comunicación, para una mejor comunicación dentro de las instalaciones.

Tabla 18: equipo

Mobiliario	<ul style="list-style-type: none">• Mesas para reuniones.• Sillas para la sala de reunión.• Mesas para el área de capacitaciones.• Sillas para el área de capacitaciones.• Pizarras.
Equipo	<ul style="list-style-type: none">• Proyector.• Equipo de audio profesional.• Computadora para las capacitaciones.

Fuente: elaboración propia



2.12 Área geográfica de acción

Tabla 19: área geográfica de acción

Instalaciones del Parque de la Industria, Salón No. 10 o Salón de reuniones de oficinas centrales, Zona 9 Ciudad de Guatemala.	<ul style="list-style-type: none">• Capacitaciones del personal operativo.• Capacitaciones del personal administrativo.• Reuniones estratégicas gerenciales.• Reuniones de trabajo con los mandos medios y personal operativo.• Información general hacia el personal por medio del muro informativo.
Salón de reuniones de oficinas centrales, Zona 9, Ciudad de Guatemala.	<ul style="list-style-type: none">• Información general hacia el personal por medio del correo electrónico oficial.

Fuente: elaboración propia



2.13 Cuadro comparativo de la estrategia

Tabla 20: cuadro comparativo de la estrategia

Actividad o producto comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso humano	Área geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
Capacitaciones	Reforzar el conocimiento en temas motivacionales y en temáticas específicas propias de cada departamento	Q 2,000.00	Capacitador internacional y estudiante de EPS	Parque de la Industria Zona 9; Ciudad de Guatemala	El personal operativo y oficinas de COPEREX.	29/07/2022
Correo electrónico y redes sociales	Mejorar la imagen y establecer un formato atractivo, así como pago de espacios en redes.	Q.500 .00	Estudiante de EPS	Parque de la Industria Zona 9; Ciudad de Guatemala	Recursos humanos y personal operativo y oficinas.	01/08/2022



Reuniones de estratégicas y de trabajo	Informar los avances, así como solicitar el apoyo para procesos de ejecución.	Q 0.00	Sub gerente y jefes de departamentos.	Parque de la Industria Zona 9;	Las gerencias y el personal operativo.	01/08/2021
Muro informativo	Mejorar la cartelera que actualmente se encuentra que su finalidad sea más visible y asignar una más.	Q 1,000.00	Estudiante de EPS	Parque de la Industria, Zona 9, Ciudad de Guatemala	El personal operativo y oficinas de COPEREX.	12/09/2022

Fuente: elaboración propia



2.14 Cronograma del plan de comunicación

Tabla 21: cronograma del plan de comunicación

Actividad	Julio			Agosto				Septiembre			
	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4
Reunión de solicitud de apoyo para acciones de Muro y capacitación a Sub Gerencia y Recursos Humanos	■										
Diseño del formato del muro informativo	■										
Elaboración de diseños para muro informativo		■									
Entrega del muro informativo			■								
Elaboración de artes y material de apoyo			■								
Primera reunión gerencial para aprobación de artes				■							
Elaboración de Instructivo de imagen de afiches					■						
Presentación de afiche digital y mensajes motivacionales						■					
Elaboración de segundo afiche digital							■				
Capacitación Motivacional Lic. Calderón								■			
Elaboración de tercer afiche digital									■		
Segunda reunión gerencial										■	
Solicitar autorización de diseños para redes sociales										■	■
Pago de espacios en red social Facebook											■
Colocación del muro informativo											■
Elaboración cuarto afiche digital y de muro										■	

Fuente: Elaboración propia.

*Nota: “S1” = Semana 1



Capítulo 3

3 Informe de la ejecución

3.1 Capacitación motivacional

El desarrollo de la capacitación motivacional se realizó el día 5 de agosto del 2022, en el Salón No. 10 del Parque de la Industria con la participación de 50 personas de las diferentes áreas de COPEREX. Esta fue impartida por el Licenciado Raúl Calderón Tello de nacionalidad peruana, radicado en Guatemala, con una amplia trayectoria en impartir seminarios y capacitaciones a empresas importantes.

Tabla 22: ejecución de capacitación motivacional con expositor internacional

Ejecución de actividad 1:	
Objetivo de la actividad	Brindar una capacitación motivacional de alto nivel a empleados del Comité Permanente de Exposiciones -COPEREX- sobre el tema de “La excelencia y las lecciones que nos dejó la pandemia”, Impartida por el capacitador de nacionalidad peruana Raúl Calderón fundador del Grupo Excelencia, con experiencia en conferencias a empresas como Shell, Coca Cola, ICTA, Aceros Arquitectónicos entre otros.
Medio utilizado	Capacitación en modalidad presencial por medio de la comunicación verbal.
Área geográfica de impacto	Parque de la Industria, Comité Permanente de Exposiciones -COPEREX-, Salón No. 10.
Presupuesto en esta acción	Q 2,200.00 (Pago de motivador y refacciones para participantes del Parque).



Comprobación del material

Presentación inicial del Lic. Calderón en el Salón 10 del Parque de la Industria.



Participación del personal operativo y administrativo de COPEREX.





Apoyo de MA. Evelin Hernández, Investigador de EPS, Luis Fernando Barrera, Motivador Lic. Raúl Calderón.



Equipo profesional de apoyo para conferencia.





Fuente: elaboración propia



3.2 Carteleras informativas y / o Muro informativo

Tabla 23: carteleras y muro informativos

Ejecución de actividad 2:	
Objetivo de la actividad	Aportar mobiliario de consulta para el personal de COPEREX con la finalidad de ofrecer información de los eventos del Parque y sentir la pertenencia para comprometerse a ofrecer un servicio de calidad.
Medio utilizado	Material físico visual para uso general.
Área geográfica de impacto	Áreas principales de entradas a oficinas administrativas y técnicas del Parque de la Industria, Comité Permanente de Exposiciones - COPEREX-
Presupuesto en esta acción	Q 960.00
Comprobación del material	 
Carteleras nuevas para eventos de COPEREX	

Fuente: elaboración propia



3.3 Correo electrónico y mensajes motivacionales diarios

Tabla 24: ejecución de infografías para correo electrónico y mensajes motivacionales diarios

Ejecución de actividad 3:	
Objetivo de la actividad	Mejorar el diseño de la infografía diaria de los mensajes motivacionales diarios para el personal de COPEREX.
Medio utilizado	Material gráfico físico para redes y correo institucional visual para personal.
Área geográfica de impacto	Correo institucional que utiliza el personal de COPEREX.
Presupuesto en esta acción	Q 400.00
Comprobación del material	

Figura 1. Diseño de mensajes motivacionales

Fuente: elaboración propia



3.4 Redes sociales, diseño y mensajería

Tabla 25: ejecución de infografías para redes sociales, diseño y mensajería

Ejecución de actividad 4:	
Objetivo de la actividad	Apoyar a incrementar la interacción de los usuarios en las redes sociales de COPEREX, y la creación de infografías gráficas, así como financiamiento de algunas publicaciones.
Medio utilizado	Material gráfico físico para redes sociales.
Área geográfica de impacto	Red social de COPEREX en los sitios de <i>Facebook</i> , <i>Instagram</i> y <i>Twitter</i> .
Presupuesto en esta acción	Q 600.00
Comprobación del material	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 30%;"> <p>En la mayoría de publicaciones en <i>Facebook</i> la cantidad de <i>likes</i> no supera las 12 aceptaciones.</p> <p>En la publicación ya patrocinada por investigador se poder observar que mejora la aceptación.</p> </div> <div style="width: 65%;"> </div> </div>



Constancia de promoción de publicación a partir del 12 de septiembre del 2022.

Promocionar publicación

Objetivo
¿Qué resultados te gustaría obtener de este anuncio?
Automático
Permite a Facebook seleccionar el objetivo más relevante en función de tu configuración. **Cambiar**

Botón
Recibir más llamadas
Las personas pueden llamar a tu negocio directamente desde la publicación, lo que podría impulsar tus ventas.
Etiqueta del botón: **Llamar**
Número de teléfono: **5022226464**

Categoría de anuncio especial
Anuncios sobre créditos, empleos, viviendas o temas sociales, elecciones o política

Vista previa del anuncio

COPEREX Parque de la Industria
Publicidad
Más de 1,800 metros cuadrados bajo techo para hacer tu evento inolvidable. contactanos al 2222-6464 ext. 132. o al correo: info@coperex.com.gt #conciertos2022 #eventos

COPEREX
¡YA PUEDES ARRENDAR EL **ÁREA 8/9** PARA REALIZAR TU **EVENTO!**
2222 6464 Ext. 132 info@coperex.com.gt

LLAMA AL +1 (502) 222-8464
COPEREX Parque de la Industria **Llamar**

Al hacer clic en "Promocionar publicación", aceptas las Condiciones de Meta [¿Necesitas ayuda?](#) **Promocionar publicación**

Para respetar la línea de diseño se mantiene la forma y estilo diseños elaborados por investigador.

COPEREX
Comité Permanente De Exposiciones
COPEREX.COM.GT   

¡YA PUEDES ARRENDAR
LA CONCHA ACÚSTICA
PARA **REALIZAR TU EVENTO!**

MÁS DE 1200 INVITADOS

2222 6464 Ext. 132  **info@coperex.com.gt**



3.5 Cronograma del plan de comunicación

Tabla 26: cronograma del plan de comunicación

Fuente: Elaboración propia.

Actividad	Febrero				Marzo				Abril			Mayo				Junio			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Semana propedéutica	■																		
Reuniones informativas para el desarrollo de la fase de diagnóstico		■																	
Solicitud de carta para desarrollo de EPS		■																	
Entrega de carta a COPEREX			■																
Solicitud de apoyo a Dirección Administrativa y Sub Gerencia de COPEREX para espacio en Junta Directiva			■																
Entrega de solicitud a Junta Directiva de COPEREX			■																
Autorización de Junta Directiva				■															
Reuniones preliminares con Departamento Administrativo, Recursos Humanos, Mercadeo y Ventas					■	■	■	■											
Entrega de expediente para aplicar a EPS							■												
Elaboración de encuesta y aplicación de la misma									■				■	■					
Observación de manejo de canales de comunicación interna y externa								■	■	■	■								
Elaboración y entrega de Fase 1: Diagnóstico de Comunicación								■											
Reunión con autoridades de COPEREX para presentar áreas de apoyo y actividades a desarrollar									■			■							
Material de apoyo para Fase 2												■	■	■	■				
Pago de espacios en red social Facebook																			
Elaboración de Fase 2																■	■	■	■



Tabla 27: cronograma del plan de comunicación

Actividad	Julio			Agosto				Septiembre			
	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Elaboración del informe de la Fase 2			■								
Entrega de Fase 2: Diagnóstico de Comunicación					■						
Reunión de solicitud de apoyo para acciones de Muro y capacitación a Sub Gerencia y Recursos Humanos	■										
Diseño del formato del muro informativo	■										
Elaboración de diseños para muro informativo		■									
Entrega del muro informativo			■								
Elaboración de artes y material de apoyo			■								
Primer reunión gerencial para aprobación de artes				■							
Elaboración de Instructivo de imagen de afiches					■						
Presentación de afiche digital y mensajes motivacionales						■					
Elaboración de segundo afiche digital							■				
Capacitación Motivacional Lic. Calderón							■				
Elaboración de tercer afiche digital								■			
Segunda reunión gerencial								■			
Solicitar autorización de diseños para redes sociales									■	■	
Entrega de Fase 3: Diagnóstico de Comunicación							■	■			
Pago de espacios en red social Facebook										■	
Colocación del muro informativo										■	■
Elaboración cuarto afiche digital y de muro										■	

Fuente: Elaboración propia.

Nota: "S1" = Semana



Conclusiones

- En COPEREX hay campo de trabajo para la continuación e implementación de acciones y proyectos aplicados en el presente Ejercicio Profesional Supervisado. Se fortalecieron los diferentes procesos y actividades que ayudan a la comunicación interna para el refuerzo del equipo de trabajo y encontrar algo visualmente más atractivo.

El fortalecer la comunicación interna y externa fue vital para lograr esos cambios en aspectos de infografías, y que el mensaje llegue con la finalidad de informar y seguir motivando al personal. Fortalecer el trabajo en equipo para fomentar el sentido de pertenencia a la institución con las ventajas de sus instalaciones y áreas de trabajo las cuales son altamente confortables, por lo que potencializan el cumplimiento de las metas por departamento o jefaturas.

- El objetivo primordial en cumplimiento a la capacitación se logró con la visibilidad y el impacto, por el alto nivel del motivador internacional, ya que la finalidad era que el personal se sintiera alegre y crear ese pensamiento positivo para las actividades diarias y de la vida.

Los empleados expresaron su satisfacción constantemente del tema y el expositor. Además, externaron la continuidad de este tipo de talleres, así de ese nivel.

- El apoyo para la reactivación y difusión masiva de las redes sociales con infografías dando a conocer los nuevos espacios para eventos masivos en el Parque y dar a conocer los eventos que se realizarán.



Recomendaciones

- Mantener los espacios idóneos para el acercamiento con los colaboradores, continuando con las reuniones de trabajo para el mejoramiento de las funciones operacionales. Así como elevar el sentimiento de pertenencia dentro de la institución y estrechar aún más la comunicación interna de la empresa.
- Dar esa continuidad de la comunicación interna por medio de mensajes diseñados y constituidos para aprovechar los canales ya implementados, fortaleciendo más los canales y las redes sociales.
- Búsqueda de expositores y otros entes de charlas motivacionales y capacitaciones técnicas para fortalecer las capacidades del personal y crear más sentido de pertenencia para la institución.
- Acercar más el personal a las actividades del parque e involucrarlos para recrearse y sentir que el trabajo que realizan es muy importante con el objetivo de lograr un mejor ambiente laboral.



Referencias Bibliográficas

- andrade Torres, J. (2005). Tesis el protocolo de la investigación. México. Division academica de ciencias economico administrativas.
- Behar Rivero, D. (2008). Metodología de la investigación. Shalom.
- Bolaños, G. L. (2000 DICIEMBRE). La feria nacional a traves del tiempo. Guatemala. Maya impresos.
- Cristina, B. (2001). Diagnóstico de comunicación, desafíos del "venir entre". Signo y pensamiento No. 38, 148.
- Eco, U. (2000). Tratado de semiótica general. Barcelona, España. Lumen, S.A.
- Espinosa, R. (15 de 11 de 2020). robertoespinosa.es. Obtenido de robertoespinosa.es: <https://robertoespinosa.es/2020/11/15/elementos-de-la-comunicacion>
- Frascara, J. (2006). El diseño de comunicación. Buenos aires, argentina. Verlap.
- Guerrero Dávila, G. Y. (2020). Metodología de la investigación. Mexico. Grupo editorial Patria.
- Herández Sampieri, R. (2014). Metodología de la investigación. México: Mc Graw Hill Education.
- Jiménez, J. G. (1998). La comunicación interna. Madrid, España. Ediciones Díaz De Santos S.A.
- Lucas, M. (1997). La comunicación en la empresa y en las organizaciones. Barcelona, España. Bosh Casa Editorial, S.A.
- Marroquín Peña, R. (2012). une.edu.pe. Obtenido de une.edu.pe: http://www.une.edu.pe/Sesion04-Metodologia_de_la_investigacion.pdf
- Ortega, E. (2009). La comunicación publicitaria. Madrid, España. Creative Commons.
- Sampieri, H. (2004). Metodología de la investigación . Chile. Mcgraw-hill Interamericana.



Sánchez Sánchez, I. (2015). Conceptos básicos de la metodología de la investigación. Obtenido de uaeh.edu.mx:

<https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/16701/LECT133.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vargas Jirón, M. (2017). Comunicación interna y externa: resumen y conclusiones. Obtenido de

https://www.academia.edu/14412371/COMUNICACION_INTERNA_Y_EXTERNA_Resumen_y_conclusiones

Vommaro, P. (2020). Alerta Global. Estados Unidos: Clacso.



Anexos

Anexo 1: Presentación de acciones a realizar a las autoridades del parque

**DIAGNÓSTICO Y PLANIFICACIÓN DE
LA COMUNICACIÓN INTERNA DEL
COMITÉ PERMANENTE DE
EXPOSICIONES**

COPEREX
Comité Permanente De Exposiciones

Luis Fernando Barrera
Universidad de San Carlos de Guatemala
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

**PARQUE
DE LA
INDUSTRIA**
CIUDAD DE GUATEMALA

Un lugar para no olvidar



Diagnóstico de comunicación



Objetivo General y específicos

Objetivo General

Evaluar la comunicación interna y externa que se implementa en el Comité Permanente de Exposiciones -COPEREX-, y retorno de actividades sociales, culturales y de capacitación en el Parque.

Objetivos Específicos

- A. Analizar la política de comunicación interna y externa del Comité Permanente de Exposiciones -COPEREX-.
- B. Conocer la percepción de los colaboradores sobre el manejo de la información interna en el Comité Permanente de Exposiciones -COPEREX-.
- C. Identificar los canales de comunicación en el Comité Permanente de Exposiciones -COPEREX- y sus Departamentos, Unidades y Secciones.



FODA Comunicacional



FORTALEZAS:

- Existen canales ideales y debidamente establecidos para la comunicación interna y externa. (Grupos de WhatsApp por área, correo institucional y páginas sociales).
- Se realizan capacitaciones en aspectos técnicos según área de trabajo y motivacionales de trabajo en equipo.
- Las instalaciones son ideales y cumplen para el desarrollo óptimo de las actividades comunicacionales.
- Se cuentan con antecedentes de comunicación, hay material muy importante para fortalecer nuevo material para el regreso de actividades sociales.

FODA Comunicacional



OPORTUNIDADES:

- Se tiene mucha posibilidad de reactivar el área de comunicación para fortalecer las actividades de Mercadeo y Ventas de COPEREX.
- Implementación de instructivos de comunicación para estandarizar infografías y material visual.
- Existe la disponibilidad y apoyo de autoridades para apoyar en aspectos comunicacionales.
- Por el tipo de servicio que ofrece COPEREX existe mucho ámbito para la comunicación.



FODA Comunicacional



DEBILIDADES:

- Es necesario la aplicación y/o actualización de Manuales comunicacionales de COPEREX.
- La información interna en cartelera es necesario fortalecerla con una visual gráfica llamativa.
- Establecer que el canal de comunicación posea retroalimentación para percibir la opinión interna y externa.
- En redes sociales es necesario la búsqueda de impacto para ampliar esa comunicación de eventos dentro del parque.

FODA Comunicacional



AMENAZA:

- Los espacios para afiches o comunicados, esta muy centralizada, establecer nuevos espacios.
- Que no se considere o tome en cuenta aspectos de una actividad y pueda crear atraso o mal desempeño.
- Desactualización o falta de información de procesos comunicacionales.
- Llega mucha comunicación por canales no oficiales, a lo que se le denomina informal.



Plan de comunicación



Objetivo General

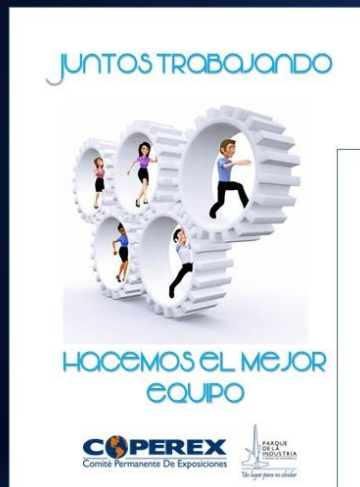
Fortalecer la comunicación interna del Comité Permanente de Exposiciones -COPEREX-





Objetivos Específicos

- Fortalecer los canales oficiales de comunicación interna horizontal y vertical ya existentes.



- Proponer mensajes e infografía para fortalecer la cultura organizacional interna y el sentimiento de pertenencia a la institución.



- Apoyo y seguimiento del uso de los canales oficiales para la comunicación interna de COPEREX.

Acción 1

Actualmente se han reactivado las capacitaciones presenciales en COPEREX, por lo que se buscará apoyar en temas motivacionales, y de manejo de redes sociales.

Se tiene conversaciones para definir fecha con el Lic. Calderón para impartir una capacitación, la cual se debe coordinar con Recursos Humanos de acuerdo a su planificación.

PRIMER FESTIVAL DE EMPRENDIMIENTO MARTES 17 de abril

Raúl Calderón

Transformador de Vidas

- Ha dictado más de 4 mil conferencias en 16 países de América Latina.
- 14 libros que buscan fomentar el cambio de actitud hacia el logro de resultados.
- Creador del programa de ventas ¡Aquí y Ahora!

ASEGUA, GUATEMALA, INEZA





Acción 2

Actualmente se tiene una cartelera en un espacio físico muy adecuado en la entrada de oficinas centrales.

Se donara una pizarra blanca para un adherir fácilmente afiches con diseños visuales para atraer más a los trabajadores COPEREX



Acción 3

Apoyar a Recursos Humanos en el mensaje motivacional diario que envían a todo el personal y poder aplicarlo a la red de mensajería.

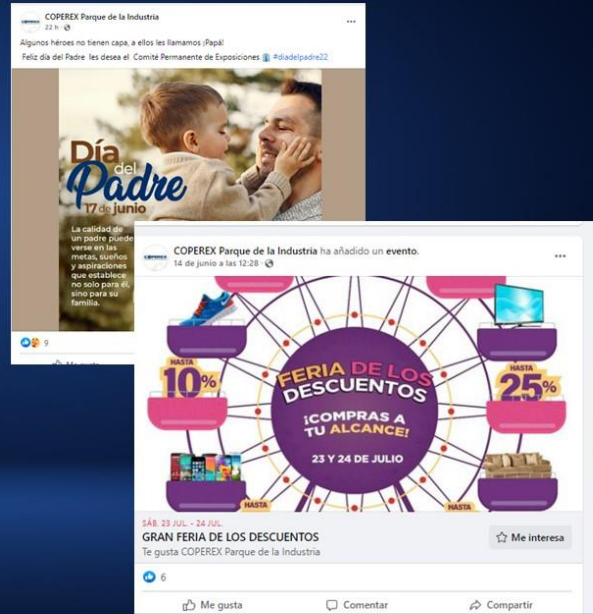
Así como estandarizar los mensajes diarios, que sean de lectura rápida y datos importantes.





Acción 4

Actividades de apoyo en mejorar la interacción hacía el público exterior de la red social Facebook, así como el envío del mensaje motivacional a red mensajería como WhatsApp del personal operativo para que sientan que son parte del equipo de importancia de COPEREX.



Les agradezco mucho su participación y apoyo en este proceso, tan importante para mi futuro aporte a COPEREX

COPEREX
Comité Permanente De Exposiciones



Luis Fernando Barrera

Msc. Evelyn Hernández



Anexo 2: Cuadro de horas ejecutadas en proyecto de investigación.



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2022



Registro de Horas de práctica

Nombre del Alumno (a): Luis Fernando Barrera
No. Carné y DPI: 200017138 / 1922273780101
Jefe o Encargado (a): Lic. Carlos Antonio Shol Rodas
Institución o Empresa: Comité Permanente de Exposiciones -COPEREX-
Supervisor de EPSL: M. A. Evelin Hernández

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS DE PRÁCTICA							Total horas en la Semana	Actividades realizadas
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.			
1	Del: 01 / Al: 05	Marzo	1	2	2	2	1	4	22	Fase diagnóstica en COPEREX	
2	Del: 07 / Al: 12	Marzo	1	1	1	1	2	4	31	Desarrollo de informe fase diagnóstica	
3	Del: 14 / Al: 18	Marzo	2	3	4	1	1	0	24	Entrega de fase diagnóstica	
4	Del: 04 / Al: 09	Abril	1	1	1	1	2	4	10	Conferencias propedéuticas	
5	Del: 11 / Al: 13	Abril	1	1	1	0	0	0	3	Conferencias propedéuticas / integración de expediente EPS	
6	Del: 02 / Al: 07	Mayo	2	2	2	2	2	4	14	Desarrollo de informe de Plan de Comunicación	
7	Del: 09 / Al: 14	Mayo	2	2	1	1	4	4	14	Entrega de informe de Plan de Comunicación	
8	Del: 16 / Al: 21	Mayo	2	2	2	2	2	4	14	Conferencias propedéuticas	
9	Del: 01 / Al: 05	Junio	2	2	1	1	1	4	11	Conferencias propedéuticas	



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2022



Registro de Horas de práctica

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS DE PRÁCTICA						Total horas en la Semana	Actividades realizadas
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.		
10	Del: 06 / Al: 11	Junio	2	2	1	1	1	4	11	Desarrollo de informe y actividades de Fase de ejecución
11	Del: 13 / Al: 18	Junio	2	2	1	1	1	4	11	Desarrollo de informe y actividades de Fase de ejecución
12	Del: 20 / Al: 25	Junio	2	2	1	1	0	3	9	Desarrollo de informe y actividades de Fase de ejecución
13	Del: 04 / Al: 09	Julio	2	2	2	2	2	0	10	Desarrollo de informe y actividades de Fase de ejecución
14	Del: 11 / Al: 16	Julio	1	1	1	1	1	2	7	Desarrollo de afiches y material gráfico
15	Del: 18 / Al: 23	Julio	2	2	1	1	1	2	9	Desarrollo de informe y actividades de Fase de ejecución
16	Del: 25 / Al: 30	Julio	2	2	1	1	1	0	7	Desarrollo de informe de Fase de ejecución
17	Del: 01 / Al: 06	Agosto	1	3	2	3	5	0	14	Desarrollo de capacitación motivacional
18	Del: 08 / Al: 13	Agosto	2	2	1	1	2	4	12	Adquisición de carteleras para comunicación interna
19	Del: 15 / Al: 20	Agosto	4	2	2	2	2	5	17	Desarrollo y entrega de informe de Fase de ejecución
20	Del: 22 / Al: 27	Agosto	2	2	1	0	0	1	6	Pago de espacios promocionales redes sociales
21	Del: 05 / Al: 10	Septiembre	1	1	0	0	1	0	3	Entrega de carteleras informativas
22	Del: 12 / Al: 17	Septiembre	1	1	1	1	1	1	6	Desarrollo de informe de Fase de ejecución final e integrado



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2022



Registro de Horas de práctica

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS DE PRÁCTICA							Total horas en la Semana	Actividades realizadas
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.			
23	Del: 19 / Al: 24	Septiembre	1	1	1	1	2	1	7	Desarrollo de informe de Fase de ejecución final e integrado	
24	Del: 26 / Al: 30	Septiembre	1	1	2	1	1	1	7	Preparación de examen privado	
25	Del: 02 / Al: 08	Octubre	0	0	1	1	1	0	3	Correcciones de informe de Fase de ejecución final e integrado	
26	Del: 09 / Al: 15	Octubre	0	1	2	1	1	0	5	Integración de trabajo y/o informe	
27	Del: 16 / Al: 22	Octubre	2	2	1	1	1	0	7	Revisión final entrega de informe y aplicación de Programa de Plagio	
28	Del: 23 / Al: 29	Octubre	2	2	1	1	1	0	7	Entrega de informe a biblioteca central y Flavio Herrera	
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									301		

(f) 
 Lic. Carlos Antonio Shol Rodas
 Jefe Departamento Administrativo

 Lic. Carlos Antonio Shol Rodas
 Jefe Departamento Administrativo

(f) 
 M.A. Evelin Hernández
 Supervisor-EPSSL



https://drive.google.com/file/d/1_HpEeIXIG9MxKI_25VdQRbtQ84Caruol/view



Informe del Detector de Plagio Viper

LUIS BARRERA 200017138 INTEG FINAL 08102022
escaneado Oct 12, 2022

Porcentaje Total
2%

0.5%

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK ESC...
<https://1library.co/document/yro9kxoy-universidad-ir>

0.4%

50000-COMITE PERMANENTE DE EXPORT...
https://contraloria.gob.gt/imagenes/i_docs/i_inf_des

0.3%

Metodología - Wikipedia, la enciclopedia libre
<https://es.wikipedia.org/wiki/Metodolog%C3%ADa>

0.3%

Encargado de Almacén www.tecoloco.com.gt
<https://www.tecoloco.com.gt/463681/bodeguero.asp>

0.3%

ENFOQUE CUANTITATIVO-EXPLICATIVO - ...
<https://www.clubensayos.com/Ciencia/ENFOQUE-C>