

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2022

Diagnóstico y estrategia de comunicación interna para la Organización Guatemala Visible

Francisco Gilberto Pérez Coco

200921957

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, octubre 2022

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2022



Diagnóstico y estrategia de comunicación interna para la Organización Guatemala Visible

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado EPS

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

Francisco Gilberto Pérez Coco

Comunicación
creando futuro

Previo a optar al título de

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Asesora:

Lcda. Krista María Ramírez

Guatemala, octubre 2022



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

Director

Lic. César Augusto Paiz Fernández

Consejo Directivo

Representante Docentes

Dr. Marco Julio Ochoa España

M.A. Silvia Regina Miranda López

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 Pedroza Gaytán

Supervisoras

M.A. Evelin Morazán Gaitán

M.A. Evelin Hernández

Lcda. Krista María Ramírez

Lcda. Brenda Yanira Chacón

Supervisores

M.A. Marvin Sarmientos Yumán

M.A. Edgar Martínez García

Lic. Mynor René Martínez

Lic. Luis Fernando Lucero



Guatemala 21 de Octubre 2022

Estudiante de EPS de Licenciatura
Francisco Gilberto Pérez Coco
Registro académico 200921957
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 PARA LA ORGANIZACIÓN GUATEMALA VISIBLE.** 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

Licda. Krista María Ramírez Nájera
Supervisora



Guatemala, 10 de febrero 2022

EPSL-2022

María de los Ángeles Fuentes
Guatemala Visible
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: **Francisco Gilberto Pérez Coco** con número de registro académico **200921957** y Carné **1960726620101** 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

Copia estudiante / supervisor

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





GV 024/2022
Guatemala, 17 de febrero de 2022

Respetable M.A.
Luis Pedroza
Coordinador EPS de Licenciatura
Universidad de San Carlos de Guatemala
Presente

Respetable M.A. Pedroza,

Reciba un cordial saludo por parte de Guatemala Visible y en seguimiento a su carta EPSL-2022, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en referencia de la solicitud de autorización para que el estudiante Francisco Gilberto Pérez Coco con registro académico 200921957 y carné 1960726620101 pueda realizar su práctica profesional, motivo por este medio aceptamos la solicitud de práctica profesional, y adjuntamos la información solicitada.

Por lo anterior expuesto, por este medio confirmamos que brindaremos todo el apoyo, información y herramientas técnicas que sean necesarias y guardaremos todas las normas de bioseguridad de la actual pandemia, para que se lleve a cabo dicha práctica.

Adicionalmente nombro a la Licenciada Ana Méndez, Coordinadora Administrativa Financiera de esta Institución (amendez@guatemalavisible.org / celular 5017-0335), para el seguimiento operativo y mi persona para el seguimiento técnico (mfuentes@guatemalavisible.org / 4217-7505).

Sin más por el momento, atentamente,



María de los Angeles Fuentes Sánchez
Directora ejecutiva
Guatemala Visible





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



A DIOS:

A MIS PADRES

A MIS ABUELOS

A MI HERMANA

Dedicatoria

Por permitirme el don de la vida y darme los dones de sabiduría y entendimiento para lograr esta que es una de las etapas más importantes de mi vida.

Gilberto Pérez y Nora Coco, por su amor incondicional y respaldo ante las adversidades. Por sus consejos y guía.

Juan Coco (Q.E.P.D.) y Francisca Esturbán, que en todo momento apoyaron la decisión de estudiar la carrera de Comunicación y nunca me dejaron desamparado. También a Gilberto Pérez (Q.E.P.D.) y Avelina Castellanos (Q.E.P.D) por su cariño y aprecio.

Lisseth Pérez, que me ha servido de ejemplo de que a pesar de las adversidades se puede seguir adelante y con fe en Dios todo se puede.



Agradecimientos

A LA UNIVERSIDAD

A la gloriosa y tricentenaria Universidad de San Carlos de Guatemala por haberme abierto las puertas y permitido culminar una meta más en mis aspiraciones académicas y profesionales.

A LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Por haberme acogido en sus aulas y a través de sus docentes brindarme el conocimiento necesario para desenvolverme como profesional de las ciencias de la comunicación.

A LA COMISIÓN DEL EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

Coordinado por el M.A. Luis Pedroza y a mi asesora, Krista Ramírez, por el apoyo brindado y la paciencia durante este proceso de enseñanza-aprendizaje.

A GUATEMALA VISIBLE

Por permitirme realizar el proyecto y confiar en él y por el apoyo brindado por todos y cada uno de quienes trabajan allí.

A MI AMIGA

Sandy Pineda, por motivarme a ser perseverante para conseguir alcanzar esta meta profesional y académica.



Índice

Índice de tablas	I
Índice de figuras	II
Introducción	IV
Antecedentes	V
Justificación	VI
Capítulo 1	1
1.1 La institución	1
1.2 Perfil institucional	1
1.3 Ubicación geográfica	1
1.4 Origen e historia	1
1.5 Integración y alianzas estratégicas	2
1.6 Departamentos o dependencias de la institución	2
1.7 Organigrama	3
1.8 Misión	4
1.9 Visión	4
1.10 Objetivos institucionales	4
1.11 Público objetivo	4
1.12 Diagnóstico	5
1.12.1 Pregunta de investigación	5
1.12.2 Objetivo general	5
1.12.3 Objetivos específicos	5
1.13 Metodología	6
1.13.1 Descripción del método	6
1.13.2 Técnicas e instrumentos de recolección	7
1.13.2.1 Observación	7
1.13.2.2 Encuesta	8



1.13.3 Grupo focal	8
1.13.3 Interpretación de resultados	9
1.14 FODA comunicacional	17
1.15 Problemas detectados	18
1.16 Planteamiento del problema comunicacional	18
1.17 Indicadores de éxito	19
1.18 Límites y alcances de la investigación	19
1.18.1 Alcances	19
1.18.2 Limitaciones	19
1.19 Proyecto a desarrollar	20
Capítulo 2	21
2.1 Plan estratégico de comunicación	21
2.2 Elementos comunicacionales	21
2.2.1 El canal	21
2.2.2 El emisor	21
2.2.3 El destinatario	21
2.2.4 El mensaje	22
2.2.5 El Código	22
2.2.6 La retroalimentación	22
2.3 Objetivos de la estrategia	23
2.3.1 Objetivo General	23
2.3.2 Objetivos específicos	23
2.4 Estrategia	23
2.5 Actividades o acciones de la estrategia	23
2.5.1 Implementación de un buzón de sugerencias	23
2.5.2 Manual de estilo y comunicación	25
2.5.3 Creación de canales específicos para mejora de la comunicación interna	25
2.5.4 Talleres sobre la comunicación interna y uso de herramientas	26
2.6 Público objetivo	26
2.7 Mensaje Clave	27



Indicadores de las acciones	
2.9 Recurso humano	27
2.10 Financiamiento y presupuesto	28
2.11 Beneficiarios	28
2.12 Áreas geográficas de acción	28
2.13 Cuadro operativo de la estrategia	29
Capítulo 3 ejecución del plan de comunicación	30
3. Informe de ejecución	30
3.1 Implementación del buzón de sugerencias	30
3.2 Creación de canales específicos para mejora de la comunicación interna	31
3.3 Taller de capacitación en comunicación interna y uso de herramientas	33
3.4 Implementación de un manual de estilo y comunicación	34
3.5 Actividades y calendarización	35
Conclusiones	38
Recomendaciones	39
Referencias	40
Anexos	43



Índice de tablas

Tabla 1 FODA	17
Tabla 2 Financiamiento y presupuesto	28
Tabla 3 Cuadro operativo de la estrategia	29
Tabla 4 Actividades y calendarización	35
Tabla 5 Actividades y calendarización	36
Tabla 6 Actividades y calendarización	37



Índice de Figuras

Figura 1 Organigrama	3
Figura 2 ¿En su institución existe una correcta comunicación interna?	10
Figura 3 ¿La institución ya cuenta con un canal de comunicación interna? ¿Con qué tipo de canal de comunicación interna cuenta la institución?	11
Figura 4 ¿Con qué frecuencia se utilizan los canales de comunicación interna?	12
Figura 5 ¿Qué herramientas considera necesarias para la mejora de la comunicación interna?	13
Figura 6 ¿Cree que, mejorando la comunicación interna, tendrán mejoría en la información que se desea transmitir a su público objetivo?	14
Figura 7 ¿Considera importante la implementación de un manual de comunicación interna en la institución? ¿Por qué?	15
Figura 8 Reunión grupo focal	16
Figura 9 Elementos comunicacionales	22
Figura 10 Área geográfica de acción	28
Figura 11 Buzón de sugerencias	30
Figura 12 Entrega del buzón de sugerencias	31
Figura 13 Creación grupo de <i>WhatsApp</i>	32
Figura 14 Utilización herramienta web como agenda	32
Figura 15 Taller 1 para uso de herramienta web de trabajo	33
Figura 16 Taller 2 para uso de herramienta web de trabajo	34
Figura 17 Portada manual de estilo y redacción	34
Figura 18 Reuniones individuales con trabajadores de Guatemala Visible	43
Figura 19 Reuniones individuales con trabajadores de Guatemala Visible	43
Figura 20 Reuniones individuales con trabajadores de Guatemala Visible	43
Figura 21 Reuniones individuales con trabajadores de Guatemala Visible	43
Figura 22 Reunión para conocer el FODA comunicacional de Guatemala Visible	44
Figura 23 Encuesta realizada en Google	45
Figura 24 Encuesta realizada en Google	45



Figura 25 Encuesta realizada en Google	45
Figura 26 Encuesta realizada en Google	46
Figura 27 Encuesta realizada en Google	47
Figura 28 Encuesta realizada en Google	47
Figura 29 Carta del informe del antiplagio	48
Figura 30 Imagen del informe del antiplagio	49
Figura 31 Ficha del ejercicio de profesional supervisado	50
Figura 32 Ficha del ejercicio de profesional supervisado	50
Figura 33 Ficha del ejercicio de profesional supervisado	51



Introducción

El presente proyecto establece las estrategias, objetivos y lineamientos sobre cómo se empleará el plan de comunicación interna en la organización Guatemala Visible. El fin es que los trabajadores puedan sentirse a gusto con la labor realizada y que, puedan conocer el tipo de designación laboral que tendrán al momento de utilizarse adecuadamente los canales de comunicación.

El manual de estilo y comunicación será una de las herramientas base que se empleará para tener la mejoría en la comunicación interna, además establecerá los lineamientos para que tanto los actuales como los futuros empleados puedan tener una dirección al momento de ejercer su labor.

El uso de un buzón de sugerencias, la implementación de canales de internos, tanto permanentes como de uso temporal para la transmisión de la información, permitirá que la organización Guatemala Visible, pueda tener un mejor proceso de comunicación interna.

La realización del posterior taller para uso de las herramientas terminará de complementar el proceso de comunicación, para que los empleados puedan tener una mejor comprensión del proyecto y así no existan los mismos errores e incluso pueda promoverse un espacio de retroalimentación.

El apoyo que se ha tenido de Guatemala Visible ha sido esencial y, además, al estar abiertos a las sugerencias planteadas, permitirá que las fases puedan cumplirse a cabalidad y que los objetivos de la mejora en los lineamientos internos se puedan cumplir.



Antecedentes

El diagnóstico y proceso de mejora de comunicación interna de Guatemala Visible se desarrolló para poder establecer mejoras que permitan avances principalmente en las relaciones interpersonales de los trabajadores.

La institución se encuentra realizando labores de fiscalización a entidades estatales y formación cívica ciudadana desde el año 2009. Su principal función es el traslado de la información de los organismos estatales y del Tribunal Supremo Electoral, además del monitoreo de la labor realizada por las Comisiones de Postulación.

Aunque se han intentado incorporar herramientas para mejora de la comunicación interna, no ha habido un avance en la implementación de estas por lo que es importante crear este hábito en los trabajadores de Guatemala Visible.

El presente proyecto permitió no solo apoyar en las mejoras de comunicación interna de la organización, sino también profundizar y conocer otra rama de las ciencias sociales que permite la implementación de proyectos para contribuir con la mejora de diferentes entidades, ya se públicas o privadas.



Justificación

La comunicación interna permitirá que los empleados se sientan a gusto con la labor que realizan. Además, las herramientas que se utilizarán ayudarán a que el personal pueda estar en constante retroalimentación, logrando con ello que los vicios no se repitan y que se tenga un lineamiento que surta efecto inmediato y acompañe a largo plazo.

El empleo del proceso comunicacional permitirá que los empleados de Guatemala Visible entiendan y mejoren sus relaciones interpersonales a través del proceso de comunicación, reduciendo con ello las inconformidades y, sobre todo, motivando la crítica constructiva que lleve a una mejora dentro de la organización

El proyecto es de beneficio para la Escuela de Ciencias de la Comunicación y la Universidad de San Carlos, así como a estudiantes de comunicación o profesionales que se interesen en el tema principalmente porque permitirá conocer cómo las herramientas comunicacionales lograrán una mejora de la comunicación interna.

La implementación del manual, buzón de sugerencias, canales de información permitirán que en una época marcada por la enfermedad covid-19, que obliga a tomar medidas de distanciamiento social, existan mecanismos para mantener una buena comunicación entre los empleados.



Capítulo 1

Diagnóstico de comunicación

1.1 La Institución

Guatemala Visible

1.2 Perfil Institucional

Guatemala Visible, es una entidad sin fines de lucro que se dedica a la promoción de la participación ciudadana propositiva y análisis del desempeño de las autoridades para procurar mejorar los liderazgos en las instituciones públicas, así como el fortalecimiento de las mismas con una participación ciudadana responsable poniendo a disposición de los guatemaltecos herramientas tanto tecnológicas (como apps para teléfonos inteligentes y plataformas tecnológicas) como de capacitación, talleres de formación etcétera, con el fin de contribuir a una participación más activa, de dos vías y que fortalezca tanto a los ciudadanos como a las instituciones

1.3 Ubicación geográfica

Diagonal 6 12-42 zona 10, Edificio *Design Center*, Torre II, oficina 808

1.4 Origen e historia

Guatemala Visible nació como un movimiento de formación ciudadana para promover mejores liderazgos en el país y una ciudadanía responsable. Se empieza a trabajar en comisiones de Postulación en el año 2009, según consta en la información proporcionada por la entidad. Además, ha dado seguimiento a procesos de comisiones de postulación, actividades del Congreso de la República de Guatemala y otros de carácter electorales



En el año 2011 Guatemala Visible comenzó a realizar alianzas institucionales, con las que asegura, busca acercar a la ciudadanía con el Estado. Dos años más tarde, en 2013, la entidad comienza a ejecutar programas de formación ciudadana y se detalló que al menos 500 personas fueron capacitadas sobre la Ley de Acceso a la Información Pública.

En 2015 se solidifica la formación y auditoría social, los cuales, según la organización, se vuelven pilares para la inclusión de nuevas herramientas para las auditorías sociales. Luego, en 2017, se instalan las bases de la labor que actualmente se realiza, siendo sustentada en la formación, monitoreo, desarrollo y comunicación.

1.5 Integración y Alianzas Estratégicas.

Guatemala Visible está integrada por una Junta Directiva de 5 personas y por 12 empleados. Mantiene Alianzas estratégicas en Congreso Eficiente, *National Endowment for Democracy*, Congreso Abierto Guatemala y Mejoremos Guate, con la finalidad de dar seguimiento a procesos de elección, postulación y legislativos, así como promover la participación y formación cívica de los ciudadanos.

1.6 Departamentos o dependencias de la institución.

Consejo Consultivo: Se encarga de consensuar el aval de proyectos y determinar qué acciones tomar para la aplicación de los planes de la organización Guatemala Visible.

Junta Directiva: Decide el camino a seguir con la implementación de objetivos, premisas y metas que se deben alcanzar siguiendo los procesos de planificación.

Dirección Ejecutiva: Es quien dirige al equipo y distribuye proyectos.

Coordinación Administrativa financiera: Ve el tema presupuestario y se encarga de verificar las cuentas y recursos disponibles de Guatemala Visible.

Dirección de Proyectos: Ejecuta los proyectos planificados.



Equipo de Comunicación: Son los encargados de transmitir la información recabada para hacerla llegar a la ciudadanía.

1.7 Organigrama

Figura no. 1



Fuente: elaboración propia



1.8 Misión

En su página Web Guatemala Visible describe que es prioridad el fortalecimiento de las instituciones del país a través de tres: comunicación, formación ciudadana y fiscalización. Además, busca desarrollar junto con los ciudadanos, herramientas innovadoras y tecnológicas para mejorar el funcionamiento del Estado, impulsando la transparencia. También transmite y monitorea procesos de selección y elección de funcionarios públicos.

1.9 Visión

Guatemala Visible, es una plataforma de formación ciudadana a la que puede unirse, de forma voluntaria, todas aquellas personas e instancias que entiendan la importancia de visibilizar los procesos de designación de autoridades vinculadas con la administración de justicia y la transparencia del Estado. Califican como importante un esfuerzo de formación para crear una conciencia colectiva cada vez mayor de la importancia de contar con un Estado sólido y bastante eficiente.

1.10 Objetivos Institucionales

Establecerse como una institución que informa a la población de procesos de interés nacional

1.11 Público Objetivo

Guatemaltecos interesados en conocer los procesos de selección de las autoridades a través de las Comisiones de Postulación



1.12 Diagnóstico

Es el reconocimiento que se realiza de la situación actual de una determinada institución el cual se ejecuta en todas sus áreas, así como en los distintos grupos sociales que la conforman. El objetivo consiste en tener una evaluación de los sistemas de comunicación de la organización y poder, con base en resultados, generar cambios. (Sánchez, 2014)

Aplicando el diagnóstico y los resultados que se obtendrán de él, permitirá establecer mecanismos y herramientas que ayudarán a la mejora de la comunicación interna de la Organización Guatemala Visible.

1.12.1 Pregunta de Investigación

¿Cómo mejorar los canales de comunicación interna de Guatemala Visible y crear un sello distintivo en redacción de la información?

1.12.2 Objetivo general

Evaluar cómo se lleva a cabo el proceso de comunicación interna en la organización Guatemala Visible.

1.12.3 Objetivos Específicos

- Conocer cómo se emplean en Guatemala Visible los canales de comunicación interna.
- Determinar las dificultades de comunicación que existen a lo interno de la institución.
- Establecer si a causa de falta de comunicación interna fluida, existen inconformidades en los trabajadores.



1.13 Metodología

Consiste en un conjunto de métodos que se emplean para la investigación científica o en una exposición doctrinal. (RAE 2021, definición 2)

Aplicando los pasos a seguir y con base en los objetivos a alcanzar es que se empleará la metodología adecuada para poder obtener resultados certeros de la investigación de la comunicación interna de Guatemala Visible.

1.13.1 Descripción del método

La palabra método proviene del latín “*Methodus*”, y esta a su vez también de dos palabras griegas “*meta*” y “*hodos*”, que significan más allá y camino. Mientras que ciencia etimológicamente tiene su origen del latín “*Scientia*”, que significa conocimiento, por lo que al unir las significan camino más allá del conocimiento.

En el presente proyecto se empleó el método científico, que consiste en un conjunto de procedimientos utilizados para plantear los problemas científicos, poniendo a prueba las hipótesis y los instrumentos del trabajo investigativo, (Tamayo Y Tamayo, M. 2003)

Este también es una vía empleada para lograr un objetivo a través de un conjunto de pasos, procedimientos y técnicas que posteriormente se emplean para poder formular y resolver problemas relacionados a la investigación mediante la verificación de la hipótesis, (Arias, F. 2012)

René Descartes fue quien estableció al menos cuatro reglas para la ejecución del método científico, siendo estas: la evidencia, el análisis, la síntesis y la enumeración. (Descartes, 1637)

La evidencia permite aceptar únicamente todo aquello con lo que se pueda mostrar con claridad, el análisis consiste en dividir y tomar lo esencial del proyecto con base en el criterio objetivo, la



La síntesis es ir de lo más liviano a lo más denso mientras que la comprobación es revisar y no olvidar nada durante el desarrollo del proceso.

1.13.2 Técnicas e instrumentos de recolección

Para el presente proceso de investigación se utilizaron únicamente fuentes primarias, teniendo acercamientos con los trabajadores de Guatemala Visible y así buscar el problema en la comunicación interna, fue así como se estableció que los instrumentos adecuados para la investigación fueran los siguientes: la observación, la encuesta y el grupo focal.

1.13.2.1 Observación

La observación es la capacidad e indicación que se hace sobre un sujeto o un objeto; así también, una anotación o comentario realizado sobre un texto. (Pequeño Larousse Ilustrado. 2005)

Se empleó esta técnica considerando que es importante conocer el espacio en el cual se desenvuelven los sujetos de estudio, las actitudes que toman y cómo se puede buscar una solución a la comunicación interna que necesitan, así como la viabilidad de emplear un manual de estilo y trabajo.

Mediante el uso de esta técnica, se pudo determinar que por la pandemia de la covid-19, actualmente se imposibilita una correcta comunicación directa ya que los trabajadores no pueden tener un contacto directo y todas las directrices son dadas a través de la red social WhatsApp, principalmente.

También se pudo determinar que existen equipos de trabajo distribuidos en diferentes puntos según la tarea que les fue asignada. Como Guatemala Visible se especializa en coberturas a procesos de Comisiones de Postulación, utiliza la comunicación directa para transferir la información, aunque en ocasiones el canal tiende a saturarse.



Hay una actitud bastante activa y con ganas de mejorar por parte del equipo, principalmente para emplear mecanismos que permitan establecer una mejor comunicación a lo interno. Aunque existen diferencias tienden a establecer diálogos continuos para proponer una solución.

Para ampliar más detalles se emplearon otras dos técnicas.

1.13.2.2 Encuesta

La encuesta es empleada para poder recabar información y obtener un panorama general de la situación a investigar, por lo que es considerado un sistema de preguntas cuyo fin es obtener datos para desarrollar una investigación. Y en ocasiones es un eficaz auxiliar en la observación científica. (Pardinas, 1991)

Se decidió emplear la encuesta para poder conocer a detalle la situación de los empleados de Guatemala Visible, aunque el universo es sobre 10 personas, permite conocer en detalle si existe alguna inconformidad o mejora de la comunicación interna. Se plantearon 7 preguntas.

Fueron realizadas *online* y cada uno de los encuestados planteó sus puntos de vista sobre la situación comunicacional actual de la organización. No hubo negativa a responder por parte de los trabajadores quienes fueron abiertos al momento de responder cada una de las preguntas planteadas.

1.13.2.3 Grupo focal

El grupo focal o *focus group* consiste en un método de investigación que busca ser colectivo más que individual y que a su vez centra en la pluralidad y variedad de las actitudes, así como experiencias y creencias de los participantes, haciéndolo en un espacio de tiempo relativamente corto. (Martínez-Migueléz, M. 1998)



Fue así como se determinó la realización de una reunión vía *zoom*, siendo una manera diferente de llevar a cabo un grupo focal ya que se empleó una herramienta tecnológica para conocer los alcances del problema comunicacional que se buscará solucionar.

1.13.3 Interpretación de resultados

Tras la realización de las encuestas se determinó que es importante estructurar y aplicar herramientas que permitan una comunicación interna óptima dentro de la organización Guatemala Visible. Esto se ve reflejado en la necesidad de los empleados de obtener un acercamiento que mejore las relaciones interpersonales

La medición da cuenta que los trabajadores, aunque en algunos aspectos muestran cierta satisfacción, demandan una mejor comunicación principalmente al momento de intercambiar información, esto es principalmente porque existe cierta descoordinación o saturación de mensajes.

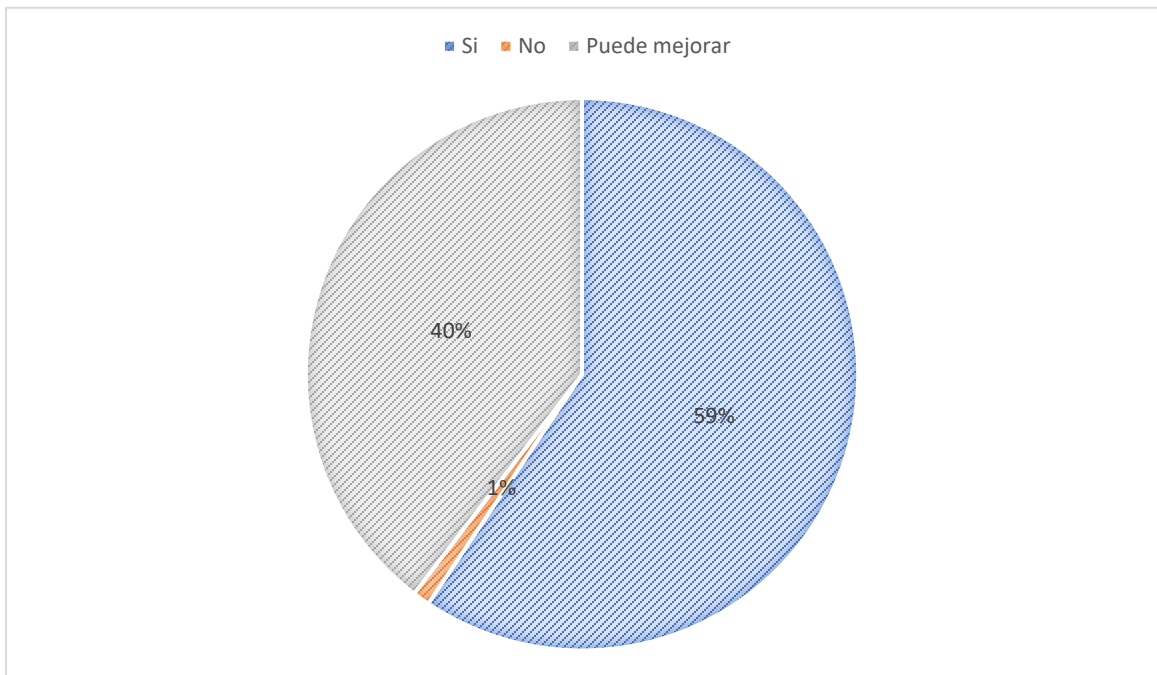
Este fenómeno se da diaria y principalmente porque Guatemala Visible debe tener una constante interacción virtual entre sus empleados, principalmente porque la principal función de la entidad es estar brindando información en tiempo real de coberturas de las comisiones de postulación, el Congreso de la República de Guatemala, el Organismo Judicial y otras instituciones estatales.

Las gráficas hechas con base en los resultados obtenidos de la encuesta, la realización del grupo focal y la observación se pudo constatar que es importante establecer herramientas que permitan solidificar la comunicación interna es así como se llegó a la premisa de implementar un buzón de sugerencias y un manual de estilo para la organización.



Figura no. 2

Pregunta: ¿En su institución existe una correcta comunicación interna? Si su respuesta es afirmativa o negativa, escriba su argumento.



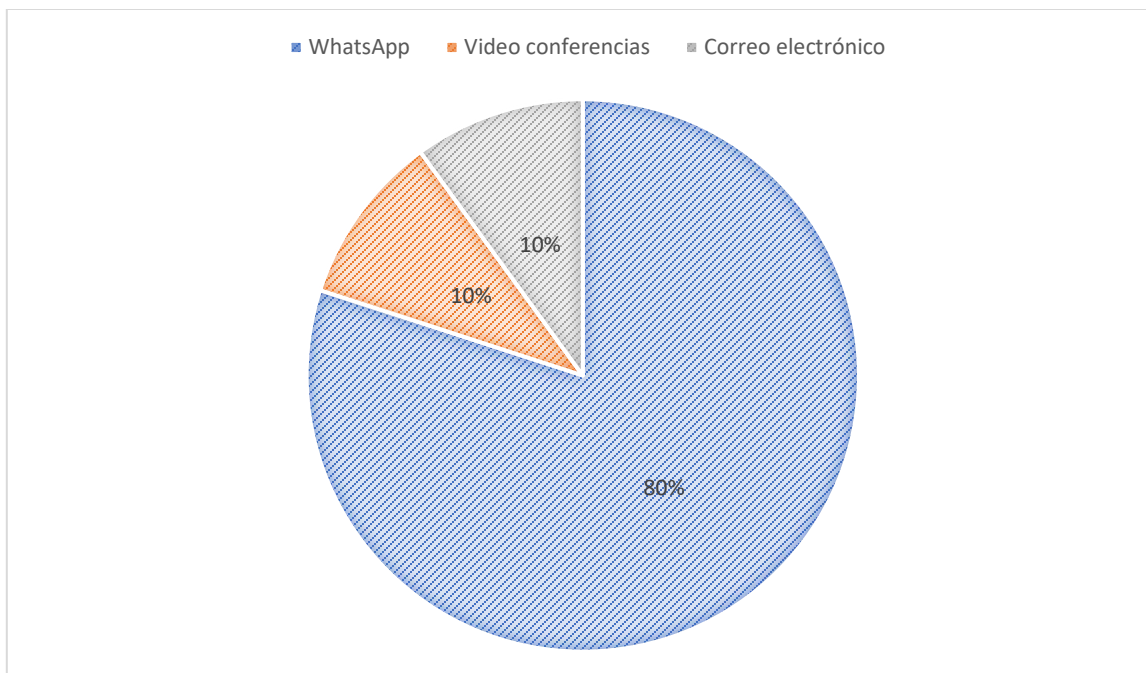
Fuente: Elaboración propia

5 de las personas consultadas indicaron que existe una aceptable comunicación interna, 4 dijeron que puede mejorar, mientras que 1 argumentó que no existe buena comunicación entre los trabajadores. Esto da cuenta que para mejorar la comunicación interna la cantidad de personas satisfechas debe ser lo más cercano a la totalidad, en este caso 10.



Figura no. 3

Aquí se unificarán dos preguntas ya que están relacionadas estas son: ¿La institución ya cuenta con un canal de comunicación interna? ¿Con qué tipo de canal de comunicación interna cuenta la institución?



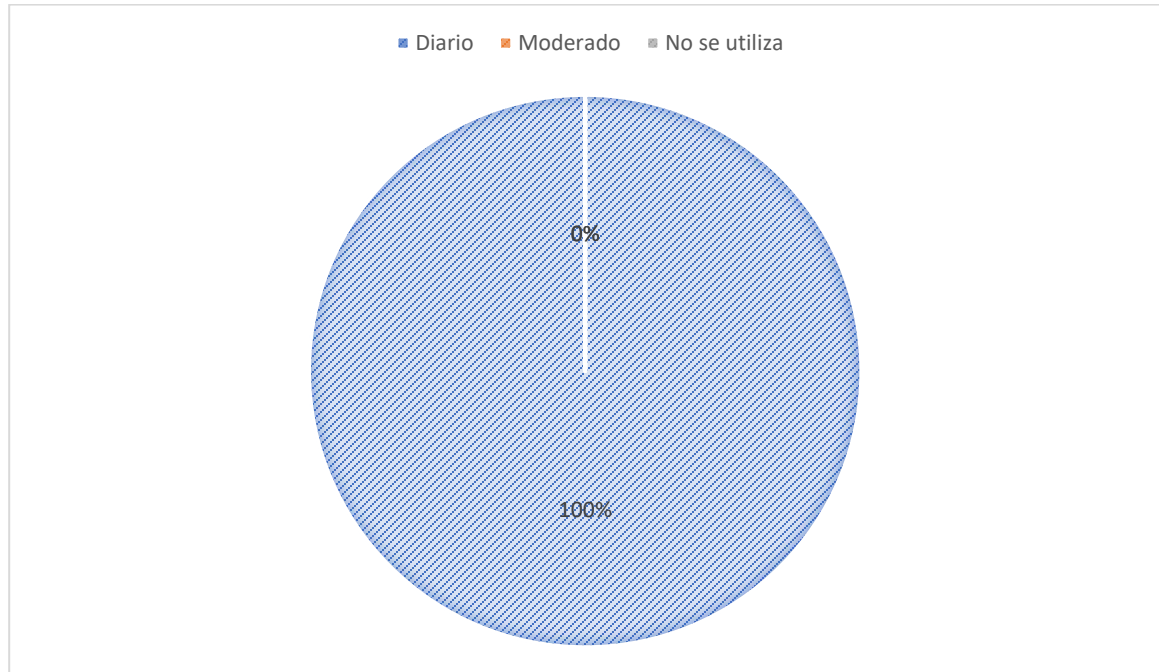
Fuente: Elaboración Propia

Los 10 encuestados afirmaron que ya se cuenta con un canal de comunicación interna, siendo *WhatsApp* el más utilizado, luego se emplean en menor medida videoconferencias y otras herramientas. Es oportuno señalar aquí que, aunque *WhatsApp* es el mayormente empleado, existe un desorden que no ayuda a que la información sea canalizada de mejor manera.



Figura no. 4

La pregunta planteada fue: ¿Con qué frecuencia se utilizan los canales de comunicación interna?



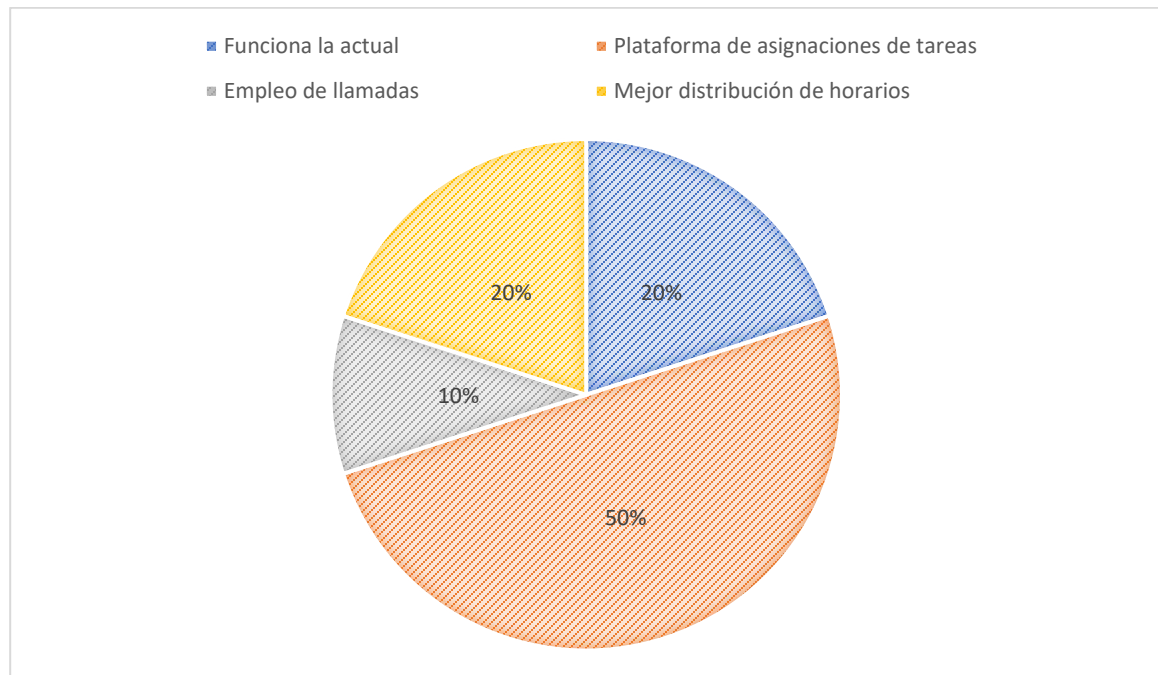
Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar, los canales de comunicación interna son utilizados diariamente, y aunque no existe una comunicación fluida o un control sobre las actividades realizadas, es necesario implementar una mejora para que el 100% de la utilización de estos canales sea realmente efectivo.



Figura no. 5

A la pregunta ¿Qué herramientas considera necesarias para la mejora de la comunicación interna?
Las personas respondieron de la siguiente manera.



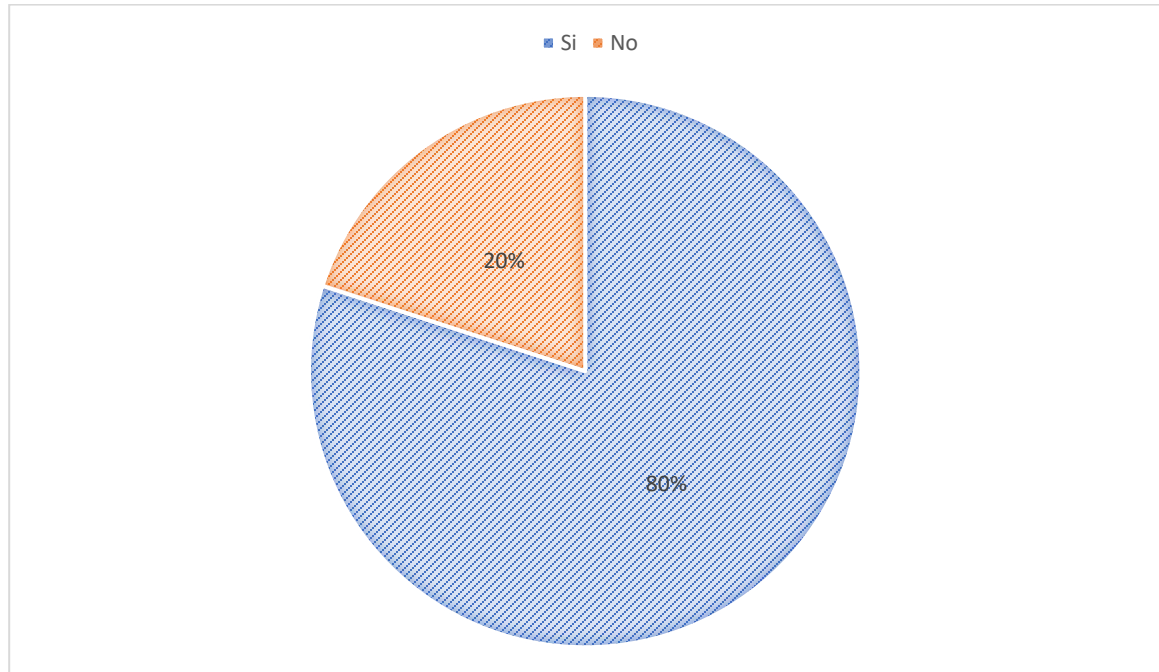
Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar, 5 de los encuestados están de acuerdo en que es importante implementar una plataforma de asignación de tareas, permitiendo con ello mayor orden al momento de asignar un trabajo a realizar. Esto a su vez contribuirá con un avance significativo del proceso de comunicación interna de la organización.



Figura no. 6

En esta ocasión se planteó la siguiente pregunta: ¿Cree que, mejorando la comunicación interna, tendrán mejoría en la información que se desea transmitir a su público objetivo?



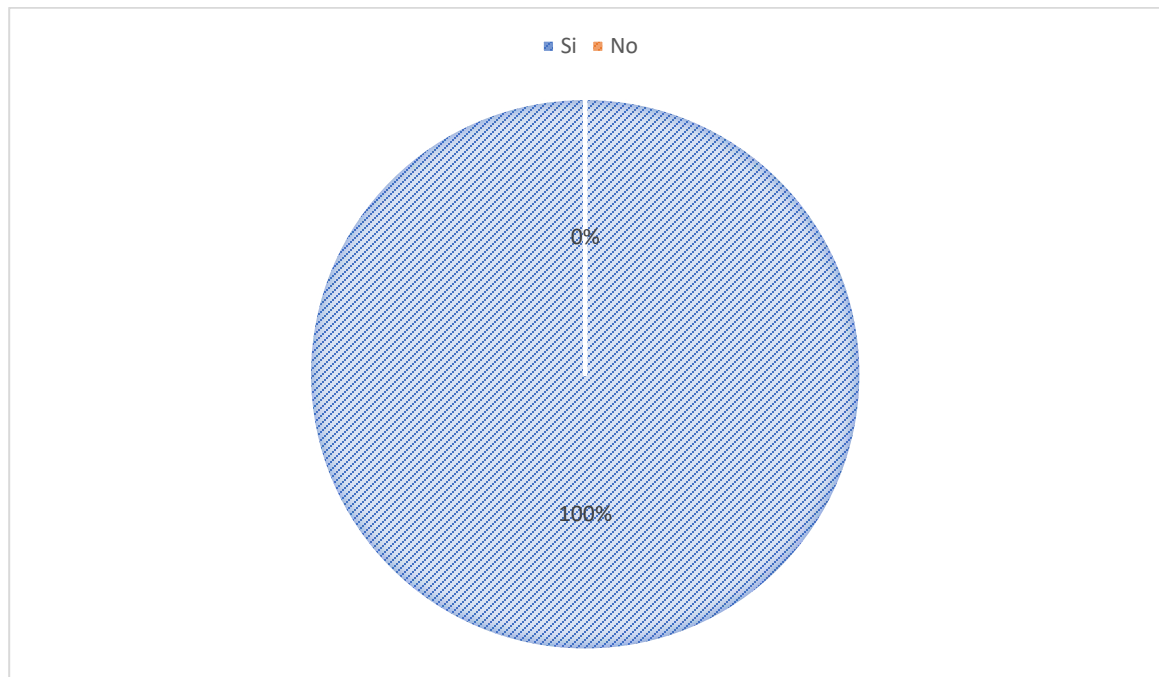
Fuente: Elaboración propia

De los 10 encuestados 8 señalaron que la mejora de la comunicación interna contribuirá a que la información que sea trasladada al público objetivo sea mucho más efectiva.



Figura no. 7

La última pregunta planteada en la encuesta fue ¿Considera importante la implementación de un manual de comunicación interna en la institución? ¿Por qué?



Fuente: Elaboración propia

Aquí es el momento del planteamiento de la herramienta que servirá como solución a la comunicación interna y que establecerá los pasos a seguir para la mejora que se busca plantear. El 100% de los encuestados dijo estar a favor de la implementación del manual.

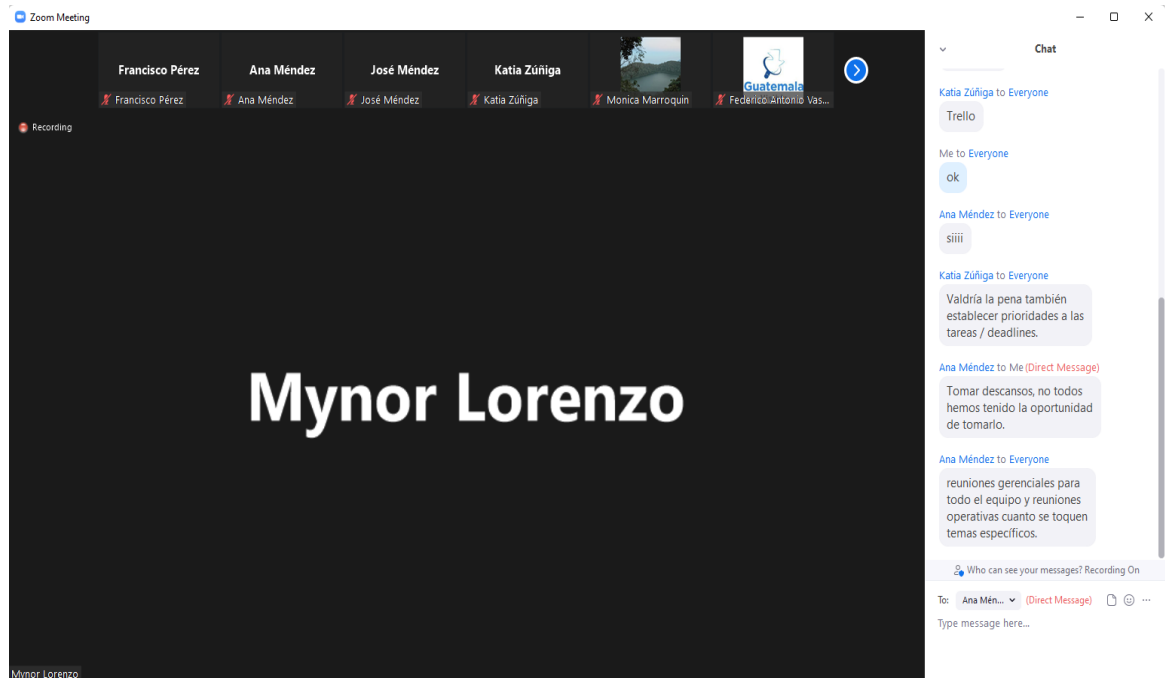


Luego de la realización de las encuestas se procedió con la reunión utilizando la técnica del grupo focal. Participaron los empleados de Guatemala Visible quienes expusieron sus inquietudes.

Grupo focal

La utilización de esta herramienta permitió conocer a profundidad cómo el grupo mantiene relaciones al momento de interactuar y expresar así si tienen o no una correcta comunicación interna, que a su vez permita el traslado y compartimiento de la información que se obtiene de los diferentes lugares frecuentados.

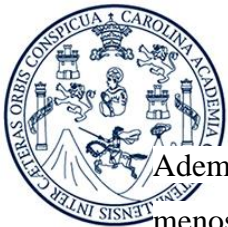
Figura no. 8



Fuente: Elaboración propia

Dos preguntas fueron planteadas en concreto: ¿Creen que existe buena comunicación interna? Y ¿Es viable la implementación de un manual de estilo y trabajo?

A lo que expusieron que, aunque existen varios canales de comunicación, es necesario establecer parámetros y directrices para que esta fluya mejor, y además consideraron importante la implementación de un manual para que el procedimiento sea más ordenado.



Además, hicieron ver que con la pandemia de la covid-19, ahora la comunicación es más virtual y ^{ya} menos presencial, afectando con ello las directrices dadas.

1.14 FODA comunicacional

El análisis FODA es una metodología cuyo nombre es un acrónimo de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas y es empleada para determinar si la empresa está en capacidad para desempeñarse en el medio (Serna H. 2015). Este fue empleado en la organización Guatemala Visible para conocer qué aspectos comunicacionales podrían mejorarse.

Tabla no. 1

Fortalezas
<ul style="list-style-type: none">• Existen canales de comunicación.• Manejan bien los temas asignados.• Hay confianza entre los trabajadores.• La organización cuenta con credibilidad.
Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">• Anuencia a la implementación de un manual de estilo y trabajo.• Mejora de los canales de comunicación.• Delimitar la labor asignada a los trabajadores.• La información transmitida a través del trabajo realizado por la institución puede mejorar.
Debilidades
<ul style="list-style-type: none">• Inconformidad con la asignación de tareas fuera de horarios, que repercute en un rechazo a atender los canales de comunicación.• No existe una persona que canalice la comunicación entre los empleados al momento de discutir sobre un tema.• Ausencia de un estilo definido para la transmisión de la información.• La saturación de los canales de comunicación interna (<i>WhastApp</i>).
Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• La pandemia de la covid-19, que dificulta una comunicación interna fluida al utilizar canales tecnológicos y no presenciales.• La situación económica del país, ya que tiende a crear incertidumbre generando con ello episodios de estrés en los empleados.• El bloqueo parcial que existe en algunas fuentes de información que repercute en el trabajo realizado.• Los horarios extendidos, que afectan a los empleados generando inconformidades.

Fuente: elaboración propia



1.15 Problemas detectados



Es importante establecer que, a raíz de la metodología empleada, se pudieron detectar problemas principalmente relacionados al estrés con el que viven los trabajadores, que repercute en la comunicación generando así inconformidades como la saturación de la información, reuniones virtuales que han sustituido a las presenciales a causa de la pandemia de la covid-19.

En este punto es importante mencionar que a raíz de esta enfermedad que azota al mundo entero, las reuniones presenciales no se llevan a cabo con regularidad propiciando que los empleados no se sientan a gusto. Esto genera que tampoco exista la atención necesaria al momento de recibir una directriz, agregado a que canales de información como el *WhatsApp* tiende a saturarse.

La ausencia de un filtro para el traslado de información se hizo notoria, generando también algunos problemas en la comunicación. Esto generó también que los empleados demandaran una mejor asignación de las tareas.

1.16 Planteamiento del problema comunicacional

El principal problema detectado en la comunicación de Guatemala Visible fue, la saturación de los canales de comunicación, la falta de claridad al momento de asignar una tarea y la ausencia de un manual de estilo y trabajo.

Se necesitará bastante de la colaboración de los empleados de la organización para que la solución a este problema detectado pueda emplearse de tal manera que se sientan a gusto finalizando el presente proyecto.



Indicadores de éxito



La colaboración de los empleados y el tiempo que se dedicará a este proyecto lo hacen viable, principalmente porque fue bien recibido por los empleados, quienes esperan pueda ejecutarse de tal manera solucione el problema expuesto.

También existe disponibilidad de espacio por parte de la institución y su directora ejecutiva quien ve con buenos ojos la implementación de un manual de estilo y de comunicación interna para el trabajo, así como la mejora para que los empleados conozcan las atribuciones designadas.

1.18 Límites y alcances de la investigación

1.18.1 Alcances

El presente estudio llevará a cabo la exploración de la comunicación interna en la organización Guatemala Visible.

La investigación abarca únicamente a los empleados de la organización Guatemala Visible y la implementación de un manual de estilo y de comunicación interna para el trabajo.

1.18.2 Limitaciones

La pandemia de la covid-19 que propicia reuniones mayormente virtuales.

La lejanía con que se encuentran los trabajadores entre sí ya que realizan coberturas de diferentes actividades simultáneamente en diferentes puntos.



1.19 Proyecto a desarrollar

Estrategia de comunicación interna para Guatemala Visible y la implementación de una manual de estilo y comunicación interna para el trabajo.



Capítulo 2

2.1 Plan estratégico de comunicación

El plan estratégico de comunicación consiste en instrumento para prever las actuaciones de un tiempo determinado. Recoge las acciones de comunicación que debe llevar cabo una empresa para conseguir unos objetivos. (Monserrat, 2014)

Teniendo claro el concepto se emplearán una serie de metas que cumplir un se utilizarán herramientas que apoyen con el desarrollo de la estrategia, alcanzando así, paso a paso, la solución al problema detectado en la organización Guatemala Visible y evitar con ello que este se repita.

2.2 Elementos Comunicacionales

Para entender cómo funcionan estos elementos es necesario conocer el proceso de la comunicación. Siendo este la transmisión y a la vez retroalimentación de un mensaje entre personas, generando una retroalimentación.

Un acto de comunicación implica la existencia de un destinatario, un emisor, un mensaje, un canal, un referente y un código, (Albizúrez, 2006). Es así como el emisor envía el mensaje, este es decodificado por el destinatario. El mensaje puede ser auditivo, visual o táctil, además se crea una retroalimentación.

2.2.1 El canal

Varios autores lo definen como el medio utilizado para poder transmitir el mensaje comunicacional. El aire (por el cual se propaga la voz), medios electrónicos o de papel son un ejemplo.

2.2.2 El emisor

Tiende a ser el sujeto que inicia la comunicación y envía el mensaje.

2.2.3 El destinatario

Es quien decodifica y recibe el mensaje del emisor



2.2.4 El mensaje

Es el enunciado enviado por el emisor y recibido por el receptor y normalmente se compone por signos lingüísticos.

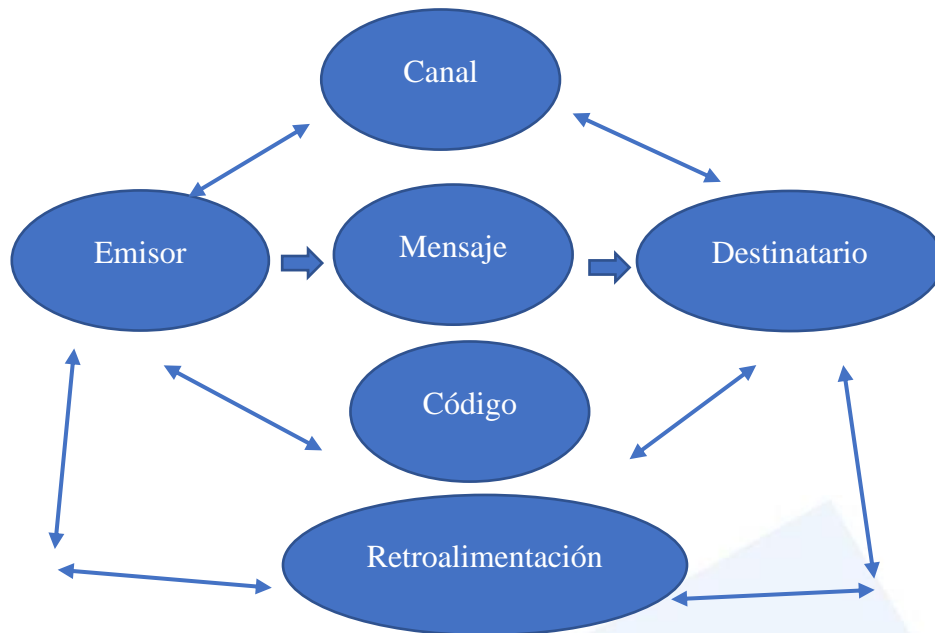
2.2.5 El código

Se compone por los signos y reglas de la comunicación.

2.2.6 La retroalimentación

Cuando el receptor decodifica el mensaje enviado por el emisor surge la retroalimentación, siendo este una respuesta que genera posteriormente un intercambio de mensajes entre los interlocutores.

Figura no. 9



Fuente: elaboración propia



2.3 Objetivos de la estrategia

2.3.1 Objetivo General

Fortalecer la comunicación interna de Guatemala Visible mediante la utilización de herramientas y estrategias que permitan afianzar las relaciones interpersonales de los trabajadores.

2.3.2 Objetivos Específicos

1. Impulsar la utilización de los canales de comunicación interna.
2. Promover la crítica constructiva para mejorar la confianza entre empleados.
3. Fomentar la identidad corporativa de los empleados de Guatemala Visible.

2.4. Estrategia

La palabra estrategia tiene su origen del latín *strategia*, el cual a su vez deriva del griego y se trata del arte de dirigir las operaciones militares (RAE, 2001). Como se puede comprobar, aunque esta palabra tenga un origen en las decisiones tomadas por altos mandos de los ejércitos, posteriormente se fue aplicando a otros campos.

La evolución fue tal, que ahora se aplica a procesos de comunicación, permitiendo con ello implementar una planificación que ayude a sacar adelante los objetivos trazados y dar cumplimiento a lo que el proyecto demanda. Con ello se establecerá una serie de pasos para que se pueda llegar a la meta plasmada y así mejorar el proceso de comunicación interna de la organización Guatemala Visible.

2.5 Actividades o acciones de la estrategia

2.5.1 Implementación de un buzón de sugerencias.

Al tratarse de comunicación interna, se implementará un buzón de sugerencias, con esta herramienta los empleados de Guatemala Visible podrán hacer llegar sus inconformidades siempre con su sugerencia para una mejora, así habrá retroalimentación, este, a su vez podrá ser utilizado también para felicitaciones. El buzón deberá ser revisado cada 15 días.



El objetivo esencial del buzón de sugerencias es ser un mecanismo de comunicación que permita conocer los puntos de vista de los empleados y también crear un mayor acercamiento con sus superiores. Esto permitirá una mejor interacción.

El buzón de sugerencias tiene ventajas y limitaciones (Gondrand F. 1978)

Limitaciones:

- Podría crear la impresión de que se cuestiona los procesos o a los directivos.
- Podría crear rivalidad entre los trabajadores que hacen llegar las sugerencias.
- Podría haber poca participación, si no existe un sistema de control.

Ventajas;

- Permite fomentar la participación del personal.
- Llama a crear interacción en el proyecto compartido y a la responsabilidad personal.
- Tiende a fomentar un aumento de interés en el personal.
- Puede ser generador de iniciativas.
- Estimula la creatividad
- Impulsa la innovación.
- Inculca en el empleado un sentimiento de pertenencia



2.5.2 Manual de estilo y comunicación



Se llevará a cabo la impresión de un manual que tendrá dos finalidades. La primera, contemplará las directrices de comunicación, la descripción de los puestos y las funciones que tendrán, así como determinar quién es su jefe inmediato superior.

La segunda parte del manual estará enfocada en un estilo de redacción que todos los empleados deberán utilizar, este trazará los lineamientos y la forma cómo deberá ser transmitida la información, para que el *community manager* pueda tener una mayor facilidad en el manejo de los datos que se le proporcionen.

Guatemala Visible es una organización enfocada en informar, principalmente sobre los procesos de comisiones de postulación y por ello es necesario establecer un estilo para facilitar la comunicación entre los empleados y no existan disensos.

2.5.3 Creación de canales específicos para mejora de la comunicación interna

Se crearán canales de comunicación a través de *WhatsApp*, por ser la red social mayormente empleada por la organización Guatemala Visible, aunque se dejará abierta la posibilidad de utilizar otras redes. Habrá un canal institucional en el cual los empleados y superiores serán notificados de la agenda diaria. Luego se utilizarán una serie de canales o grupos, para informar dependiendo del proceso del cual se esté realizando una cobertura.



Por ejemplo, se tratará de canales temporales en los cuales se informará directamente entre quienes está asignado a la cobertura, el diseñador, el *community manager* y quien verifique detalles de la información, aunque para algunos sean varios grupos, tendrán la información segmentada e impedirá que se pierda si estuviera en un solo canal. Terminado el proceso el grupo deberá ser eliminado.

El uso del correo electrónico para directrices e información también deberá ser empleado, pero será más para un mensaje concreto y otros directos.

2.5.4 Taller sobre la comunicación interna

Durante el proceso se llevará a cabo un taller de comunicación interna para los empleados de la organización Guatemala Visible. La capacitación estará siendo impartida por el estudiante del ejercicio profesional supervisado (EPS), Francisco Pérez.

Este taller se llevará a cabo un día entre semana y abarcará dos horas en las que se expondrá a los trabajadores la importancia de respetar los procesos, de seguir implementar el manual para que no quede archivado, del correcto uso del buzón de sugerencias, el correcto uso del canal de transmisión de la información y el respeto a las directrices emanados de una línea jerárquica.

El propósito de la capacitación también tendrá como objetivo solidificar las relaciones interpersonales en la organización, ampliando la confianza entre los trabajadores, de esta manera habrá una mayor objetividad al momento de exponer alguna solución o inconformidad.

2.6 Público Objetivo

El público objetivo del proyecto son los trabajadores de la organización Guatemala Visible, quienes deberán mejorar su proceso de comunicación interna a través de las herramientas sugeridas.



2.7 Mensaje Clave

Mediante el uso del buzón de sugerencias, promover la confianza entre empleados.

Con el manual de estilo y comunicación, uniformar la redacción y forma de transmitir los mensajes en Guatemala Visible.

Con la creación de canales de *WhatsApp* u otra red social alternativa, mejorar los procedimientos de comunicación interna

Y con el taller de comunicación, instruir a los empleados sobre el uso de las herramientas que se emplearán para mejorar la comunicación en Guatemala Visible.

2.8 Indicadores de las Acciones

Es importante en este punto destacar el conocimiento de la misión, visión y valores de la organización Guatemala Visible. El uso del chat interno, las estadísticas del uso del buzón de sugerencias y los resultados que se obtengan marcarán el avance de los indicadores los cuales deberán ser positivos, aunque de ser negativos se empleará la retroalimentación.

2.9 Recurso Humano

Los trabajadores de la organización Guatemala Visible, el estudiante del ejercicio profesional supervisado (EPS), quien deberá realizar el diseño de los impresos y del buzón de sugerencias. El proveedor, que imprimirá el manual de estilo y comunicación y el carpintero, que hará el buzón de sugerencias



2.10 Financiamiento y Presupuesto

Recursos propios, se incluye la consultoría de comunicación llevada a cabo por el estudiante del ejercicio profesional supervisado y que corresponde a servicios dados durante tres meses.

Tabla no. 2

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
1	Consultoría en Comunicación.	Q24,000.00	Q24,000.00
2	Manual de Comunicación y Estilo.	Q100.00	Q200.00
1	Buzón de sugerencias.	Q200.00	Q200.00
1	Depreciación de equipo	Q750.00	Q750.00
		Total	Q25,150.00

Fuente: Elaboración Propia

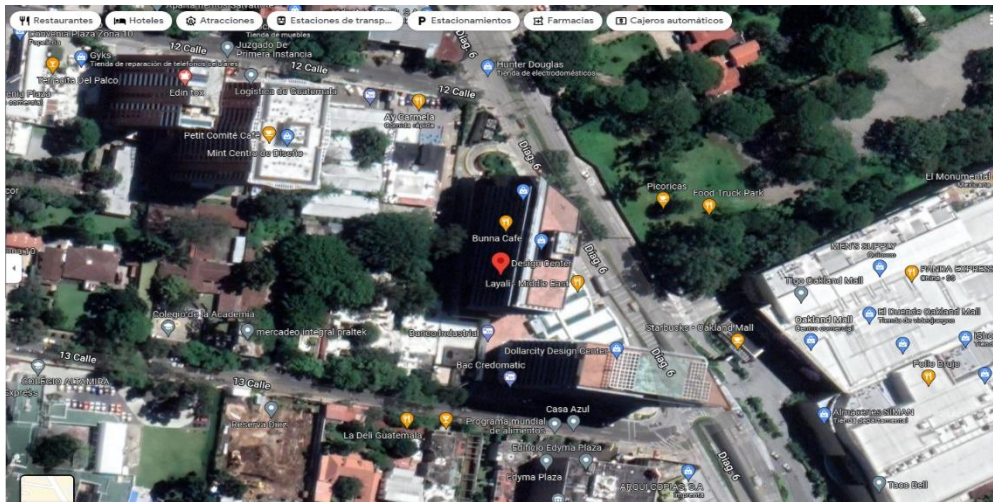
2.11 Beneficiarios

Los trabajadores de la organización Guatemala Visible.

2.12 Áreas geográficas de acción

Diagonal 6 12-42 zona 10, Edificio *Design Center*, Torre II, oficina 808

Figura no. 10



Fuente: Google Maps



2.13 Cuadro operativo de la estrategia

Tabla no.3

Actividad o producto comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso Humano	Área geográfica del impacto	Beneficiarios
Entrega del manual de comunicación y estilo	Establecer líneas claras de comunicación interna.	Q 200.00	Estudiante de EPS, proveedor de impresión.	Diagonal 6 12-42 zona 10, Edificio <i>Design Center</i>	Trabajadores de Guatemala Visible
Entrega del buzón de sugerencias	Mejorar los procesos de retroalimentación en la comunicación interna.	Q 200.00	Estudiante EPS, carpintero.	Diagonal 6 12-42 zona 10, Edificio <i>Design Center</i>	Trabajadores de Guatemala Visible
Creación de los canales de comunicación interna	Agilizar los procesos de comunicación interna	Q 8,000.00	Estudiante EPS.	Diagonal 6 12-42 zona 10, Edificio <i>Design Center</i>	Trabajadores de Guatemala Visible
Taller de comunicación interna	Utilizar de una manera adecuada las herramientas de comunicación interna proporcionada.	Q 16,000.00	Estudiante EPS, trabajadores Guatemala Visible.	Diagonal 6 12-42 zona 10, Edificio <i>Design Center</i>	Trabajadores de Guatemala Visible

Fuente: Elaboración Propia



Capítulo 3

Ejecución del Plan de Comunicación

3. Informe de Ejecución

Con la utilización de las herramientas comunicacionales, se ha obtenido una mejora en la comunicación interna en Guatemala Visible.

3.1 Implementación de un buzón de sugerencias.

Objetivo de la Actividad: Mejorar la comunicación interna dentro de la organización Guatemala Visible a través de observaciones que puedan dejar por escrito los empleados. Esto también generará que los trabajadores sientan que sus puntos de vista son tomados en cuenta.

Medio Utilizado: Buzón de sugerencias

Presupuesto utilizado: Q200.00

Resultados Obtenidos: mejora de la confianza entre trabajadores

Evidencia de material

Figura no. 11



Fotografía: Entrega del buzón de sugerencias

Fuente: Elaboración propia



Figura no. 12



Fotografía: Entrega del buzón de sugerencias
Fuente: Elaboración propia

3.2 Creación de canales específicos para mejora de la comunicación interna

Objetivo de la Actividad: Mejorar la interacción entre los trabajadores de Guatemala Visible al momento de realizar una cobertura informativa. Permitir canalizar de mejor manera la información que luego será divulgada para el público objetivo.

Medio Utilizado: Buzón de sugerencias

Presupuesto utilizado: No conllevó costo alguno.

Resultados Obtenidos: Mejora de la comunicación al momento de intercambiar información de las actividades a las que la Guatemala Visible realizó cobertura.

Evidencia de material



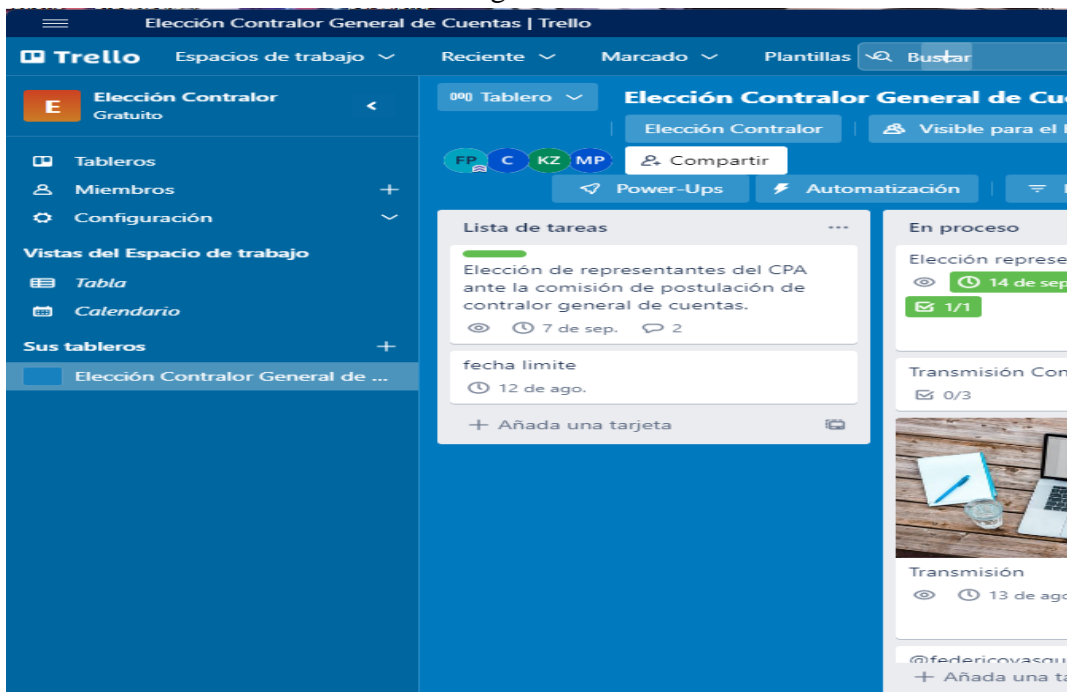
Figura no. 13



Captura de Pantalla de creación de grupo de *WhatsApp*

Fuente: Elaboración propia

Figura no. 14



Captura de Pantalla de creación de grupo en herramienta web para la agenda semanal

Fuente: Elaboración propia



3.3 Taller de capacitación en comunicación interna y uso de herramientas

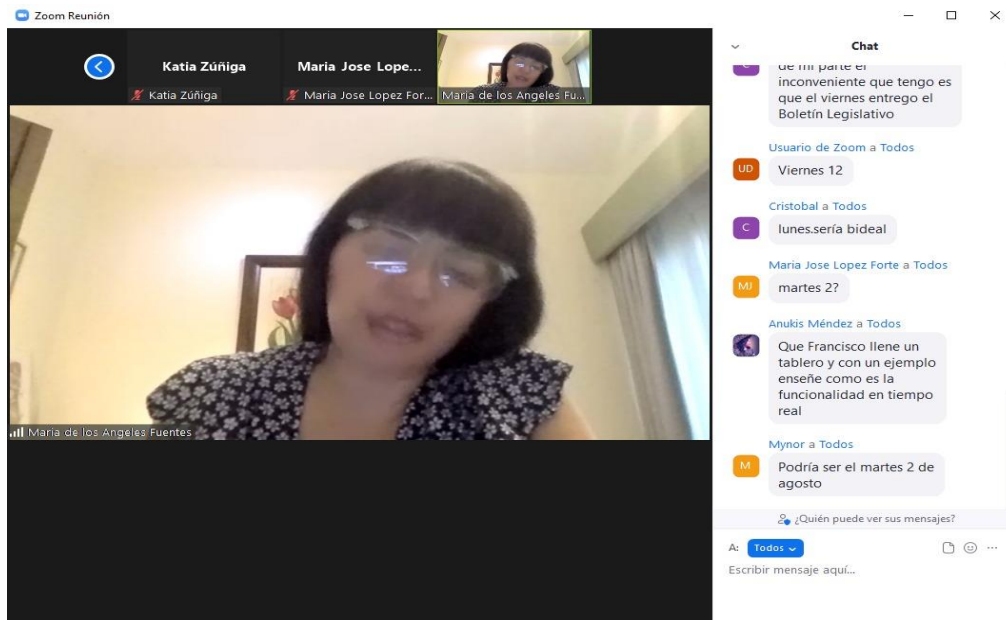
Objetivo de la Actividad: Familiarizar a los empleados de Guatemala Visible con el uso de las herramientas a implementar para el desarrollo de una mejor comunicación.

Medio Utilizado: Plataforma zoom

Presupuesto utilizado: No conllevó costo alguno.

Resultados Obtenidos: Inicio de la utilización de *Trello* como herramienta para llevar a cabo el control de la agenda y la asignación de actividades.

Figura no. 15

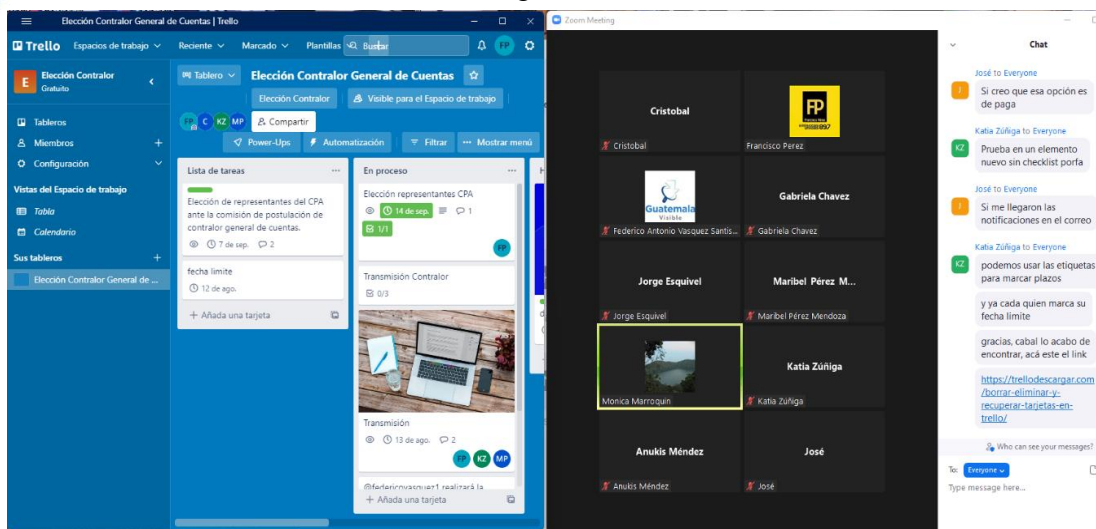


Captura de pantalla del taller 1 para uso de herramienta web

Fuente: Elaboración propia



Figura no. 16



Captura de pantalla del taller 2 para uso de herramienta web
Fuente: Elaboración propia

3.4 Implementación de un manual de estilo y redacción

Objetivo de la Actividad: Que los trabajadores tengan una guía escrita sobre cómo redactar.

Medio Utilizado: impreso y digital

<https://drive.google.com/file/d/18cXKXjPcZuU4p6R9PTbLE4yYIZHNBQz8/view?usp=sharing>

Presupuesto utilizado: No conllevó costo alguno.

Resultados Obtenidos: Mejora en la redacción y unificación de criterios.

Figura no. 17

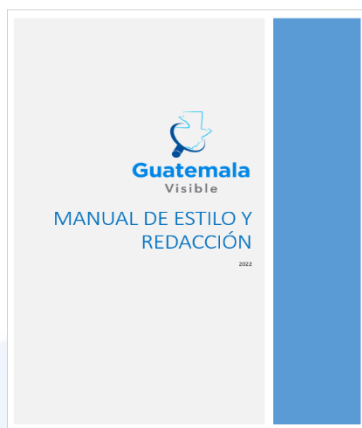


Imagen de la portada del Manual de Estilo y Redacción
Fuente: Elaboración propia



Tabla no. 6



Actividad		Meses																													
		Abril				Mayo				Junio					Julio				Agosto					Septiembre				Octubre			
		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	
19	Entrevistas a cada uno de los trabajadores de Guatemala Visible																														
20	Implementación de uso de grupos por cobertura de WhatsApp																														
21	Talleres para usar herramienta web																														
22	Cotización, compra y entrega del Buzón de Sugerencias																														
23	Elaboración y entrega del Manual de Estilo y Redacción																														
24	Entrega del informe de ejecución de la planificación																														



Conclusiones

La utilización de las herramientas proporcionadas permitirá una mejora en la comunicación interna dentro de la organización Guatemala Visible.

Se concluye que era necesaria la utilización de un buzón de sugerencias para que allí las inconformidades, críticas constructivas o puntos de vista de los diferentes empleados fueran tomadas en cuenta y así crear una mayor animosidad y confianza en este espacio de trabajo.

La utilización de canales de información segmentados para que no existiera confusión al momento de compartir la información de diferentes coberturas realizadas por los empleados permitió dinamizar la comunicación.

Era necesaria la implementación de una herramienta *web* de trabajo que permitiera llevar un orden de la labor realizada por cada uno de los colaboradores de la organización.

La implementación de un manual de estilo y redacción permitirá eliminar tecnicismos y utilizar así un lenguaje más amigable para el público objetivo de la institución, creando así también una identidad en el trabajo realizado.

La pandemia de la covid-19 u otro tipo de emergencia no es obstáculo para implementar herramientas de trabajo que permitan una mejora comunicacional en Guatemala Visible.



Recomendaciones

Luego de la realización del proyecto para mejora de la comunicación interna, la organización Guatemala Visible deberá considerar seguir dando uso a las herramientas proporcionadas para poder mantener una evolución constante y que quienes se sumen al equipo puedan tener un aprendizaje rápido.

En la utilización de la plataforma web es de suma importancia que exista un coordinador que permita una correcta ejecución diaria, semanal o mensual de las tareas asignadas y así seguir la ruta y cumplir con el cronograma preestablecido.

Es necesario que se mantenga un uso importante al buzón de sugerencias para que no se vuelva obsoleto con el pasar del tiempo. Todas y cada una de las críticas constructivas o puntos de vista, deben ser tomados en cuenta y analizados.

Es necesario que cada mes los trabajadores tengan un momento de compartimiento personal, para conocer el motivo por el que en algunas ocasiones existen cambios de ánimo y así poder brindar el soporte para que el trabajador se sienta identificado con la comunidad.

Es óptimo que el manual de estilo y redacción se ponga en práctica para mantener una redacción uniforme y cada cierto tiempo debe ser analizado para determinar si es procedente una actualización tomando en consideración el avance tecnológico.

Es importante que las herramientas implementadas, si funcionan, se mantengan y que cada uno de los trabajadores contribuya para que la ejecución continúe y la mejora de la comunicación interna se mantenga.



Referencias Bibliográficas

- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la Metodología Científica*. (6ª edición) Editorial Episteme. Venezuela.
- Chacón, B. (2022). *Diagnóstico de Comunicación*. Videoconferencia EPSL. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala.
- Chacón, B., y Hernández, E. (2022) *Justificación Plan de Comunicación y Estrategia y Acciones de Comunicación*. Videoconferencia EPSL. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala
- Descartes, R. (1937). *Discurso del método (Manuel Morente, Trad.)*. Espasa Calpe. España. (Obra original publicada en 1637).
- De León, Z. (2022) *Normas APA*. Videoconferencia EPSL. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala
- Diccionario “El pequeño Larousse ilustrado” (2005). Ediciones Larousse, S.A., México
- Diccionario de la lengua española / Real Academia Española (2001). Real Academia Española. España.
- Gondrand, F. (1978). *Práctica de la Información dentro de la Empresa*. Editorial Rialp. España
- Google. (s.f.). [Mapa de la zona 10 de la Ciudad de Guatemala]. Recuperado el 21 de octubre, 2022, de <https://www.google.com/maps/place/Edificio+Design+Center/@14.599127,-90.5131297,17z/data=!4m6!3m5!1s0x8589a33ccdf47481:0x8a07a1cbfc20113c!4b1!8m2!3d14.599127!4d-90.508645>



Guatemala Visible. (s.f.). <https://guatemalavisible.net/>



Hernández, E. (2022) *Investigación*. Videoconferencia EPSL. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala

Hernández, E., Lucero, L., y Martínez, M., (2022) *Técnicas de Investigación*. Videoconferencia EPSL. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala

Lucero, F., Martínez, M., y Morazán, E. (2022) *Financiamiento y Estrategia del Plan de Comunicación*. Videoconferencia EPSL. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala

Martínez-Migueléz, M. (1998). *La Investigación Cualitativa Etnográfica en Educación*, Manual Teórico Práctico (Tercera Edición). Trillas. México

Martínez, M. (2022) *El Plan de Comunicación*. Videoconferencia EPSL. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala

Martínez, M., y Morazán E. (2022) *Datos de la Empresa o Institución*. Videoconferencia EPSL. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala

Martínez, M., y Ramírez, K. (2022) *Importancia del Plan de Comunicación*. Videoconferencia EPSL. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala

Montserrat-Gauchi, J. (2014). *Cómo elaborar un plan estratégico de comunicación*. Publicaciones de la Universidad de Alicante. España.



Comunicación

educación del futuro

Pardinas, F (1991). *Metodología y Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales*. (32ª edición).

Editorial Siglo XXI. Colombia.

Serna, H. (2015). *Serie de Manuales para la Pequeña y Mediana Empresa* (Primera Edición).

Fondo Editorial Cátedra María Cano. Colombia.

Tamayo Y Tamayo, M. (2003). *El Proceso de la Investigación Científica* (Cuarta Edición).

Limusa. México

Ramírez, K. (2022) *Planteamiento del Problema*. Videoconferencia EPSL. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala



Anexos

Anexos 1: Reuniones individuales con trabajadores de Guatemala Visible

Figura no. 18



Figura no. 19

Fuente: Elaboración propia

Figura no. 20



Fuente: Elaboración propia

Figura no.21



Fuente: Elaboración propia

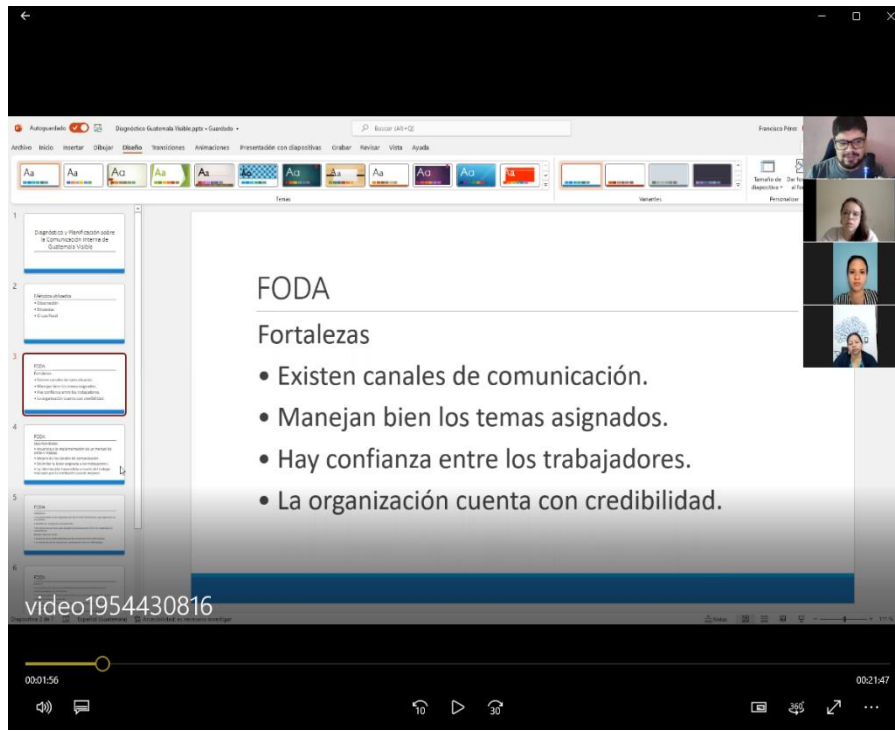


Fuente: Elaboración propia



Apexo 2: Reunión para dar a conocer el FODA comunicacional de Guatemala Visible

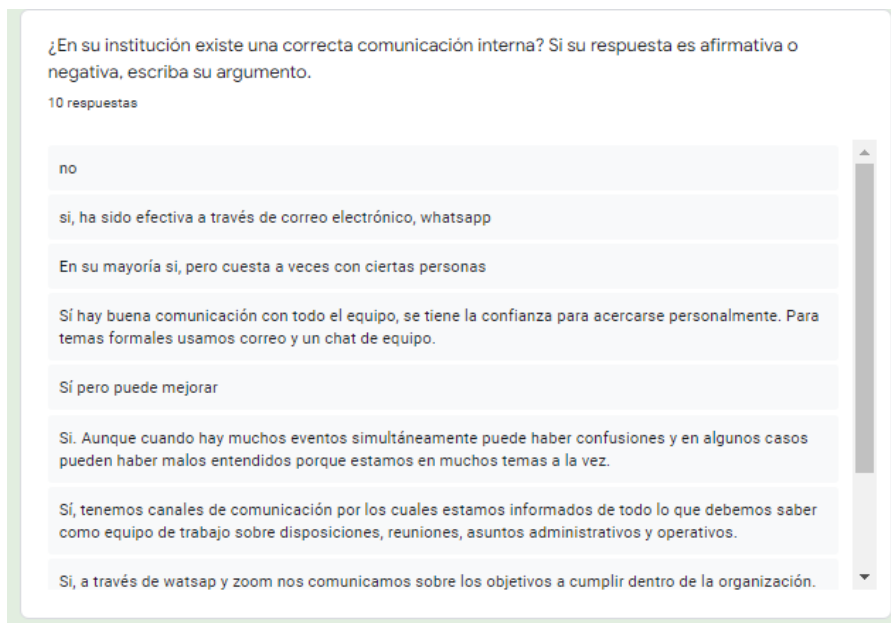
Figura no. 22



Fuente: Imagen propia



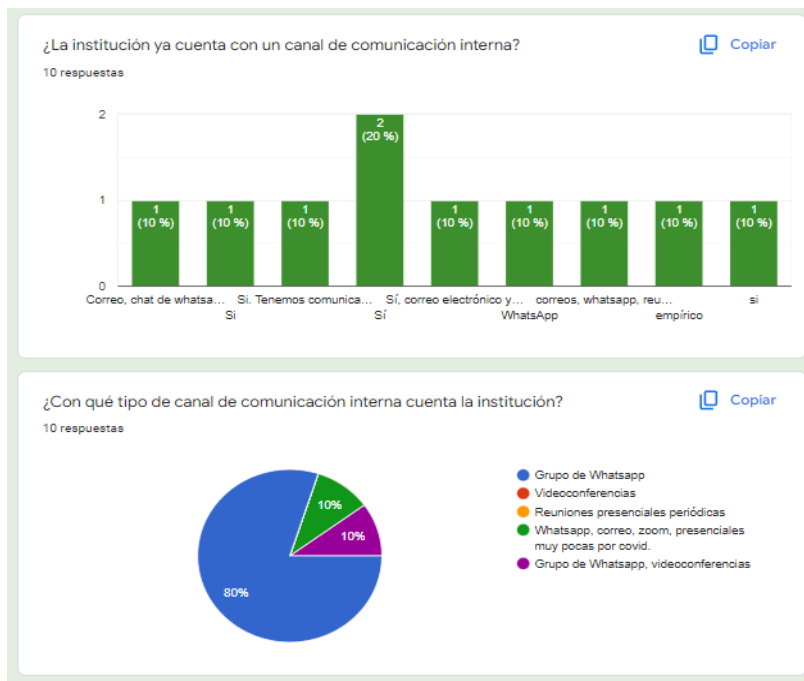
Figura no. 23



Captura de pantalla de encuesta realizada a empleados de Guatemala Visible

Fuente: Elaboración propia

Figura no. 24



Captura de pantalla de encuesta realizada a empleados de Guatemala Visible

Fuente: Elaboración propia



Figura no. 25

Con base en la respuesta brindada anteriormente. ¿Con qué frecuencia se utilizan los canales de comunicación interna?

10 respuestas

- diariamente
- Diario para enviar instrucciones
- A diario el chat, los demás semanales.
- whatsapp todos los días, videoconferencias mínimo una vez a la semana.
- Diariamente el WhatsApp, y semanalmente la reunión de equipo. También correos diariamente.
- Seguido
- Diario, cada coordinación es contante en el día.
- Muy frecuentemente
- A diario

Captura de pantalla de encuesta realizada a empleados de Guatemala Visible
Fuente: Elaboración propia

Figura no. 26

¿Qué herramientas considera necesarias para la mejora de la comunicación interna?

10 respuestas

- comunicación clara y horarios específicos
- una plataforma de tareas asignadas
- Una plataforma para seguimiento de actividades
- Un tracker de actividades tipo Trello.
- Quizá una herramienta donde se sistematice las tareas asignadas y se pueda ver qué esta realizando cada persona.
- de control.
- Considero que tenemos las necesarias y son funcionales.
- Utilizar las llamadas telefónicas, muchas veces se cree que las redes sociales son la mejor opción, pero a veces fallan.

Captura de pantalla de encuesta realizada a empleados de Guatemala Visible
Fuente: Elaboración propia



Figura no. 27

¿Cree que mejorando la comunicación interna, tendrán mejoría en la información que se desea transmitir a su público objetivo? ¿Por qué?

10 respuestas

- yo no comunico nada al grupo objetivo.
- esto permitiría, d alguna manera, aportaciones a las tareas asignadas
- En cierta manera porque al mejorar la comunicación no habrían tantos cambios en las publicaciones
- No, los mensajes al público objetivo están claros y eso es porque hay buena comunicación.
- Sí, siempre se puede mejorar, y teniendo una mejor comunicación clara de lo que se busca y desea, se puede llegar mejor a los públicos objetivos.
- Si. Evitamos errores, Evitamos duplicar tareas.
- Considero que tenemos una buena comunicación, pero todo es bienvenido si se trata de mejorar.
- Si, una buena coordinación interna es fundamental para ir avanzando en los objetivos trazados por la institución, de la mano con la tecnología y las redes sociales.

Captura de pantalla de encuesta realizada a empleados de Guatemala Visible
Fuente: Elaboración propia

Figura no. 28

¿Considera importante la implementación de un manual de comunicación interna en la institución?
¿Por qué?

10 respuestas

- si, mejor si es a lo interno del personal
- por supuesto
- Porque es una arista que como empresa a veces fallamos
- Sí, en caso de amplíe el equipo para conocer las cadenas de comunicación y definir un estilo de redacción.
- Sí, para que queden definidos los mecanismos por escrito así no hay confusiones.
- Si. Nos brinda un marco para no tener que estar consultando frecuentemente, y nos da las líneas sobre las cuales debemos trabajar siempre.
- Podría ser, aunque considero que tenemos buena comunicación, hasta el momento no hemos tenido faltas o inconvenientes por una "mala comunicación interna". Pero lo que sea por mejorar, es bienvenido.
- Podría funcionar, serviría para evaluar el trabajo y los alcances de

Captura de pantalla de encuesta realizada a empleados de Guatemala Visible
Fuente: Elaboración propia



Figura no. 29

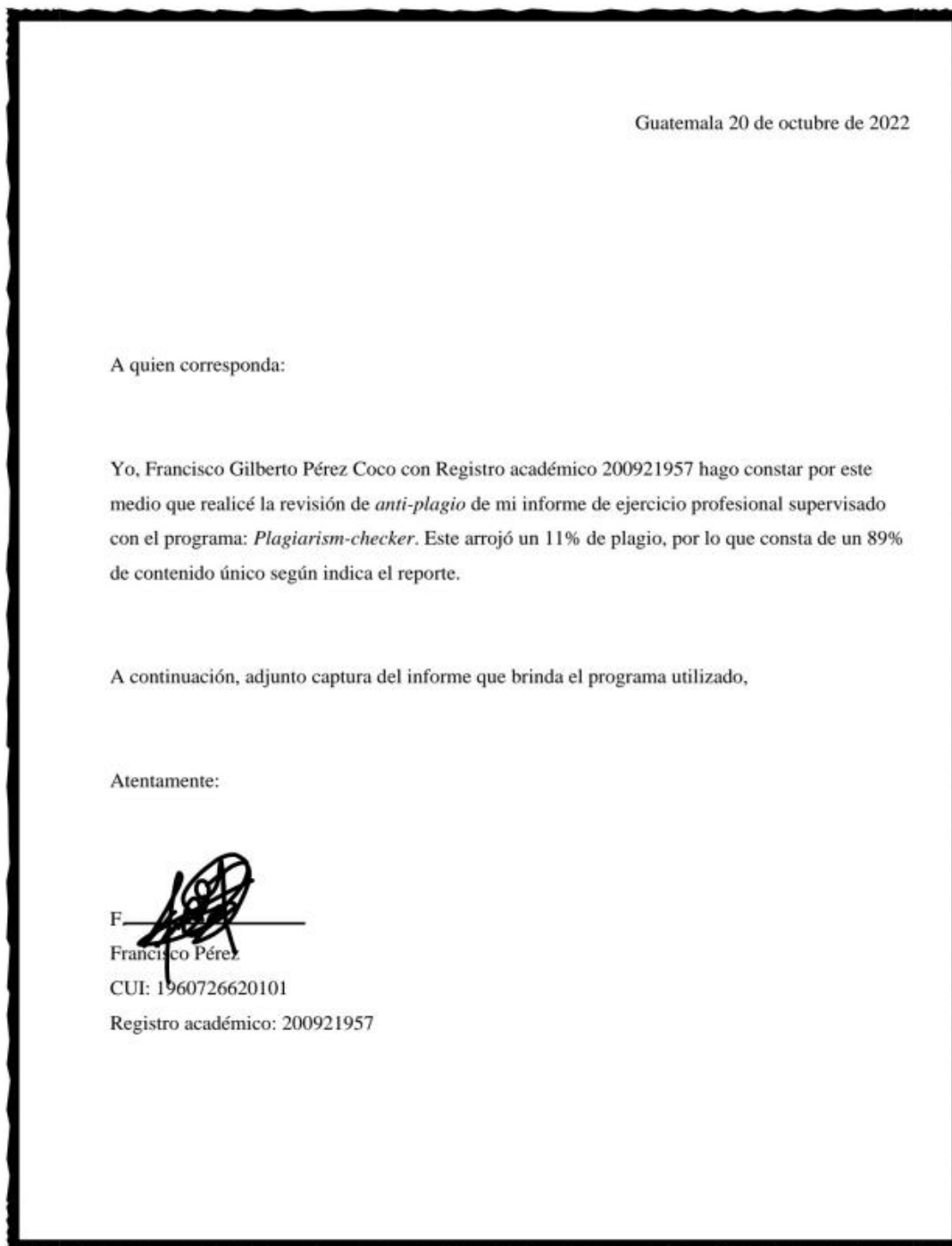


Imagen de la carta de revisión de antiplagio.
Fuente: Elaboración propia



Figura no. 30



Imagen del escaneo del informe en el programa antiplagio.
Fuente: Elaboración propia



Figura no. 31

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): Francisco Gilberto Pérez Coco
No. Carné y DPI: 200921957 - 1960726620101
Jefe o Encargado (a): Lcda. María de los Ángeles Fuentes
Institución o Empresa: Guatemala Visible
Supervisor de EPSL: Lcda. Krista Ramírez

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS DE PRÁCTICA						Total, horas en la Semana	Actividades realizadas
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.		
1	Del: 16 / Al: 17	Febrero	-	-	1	1	-	-	2	Reunión con la Licenciada María de los Ángeles Fuentes, solicitud de práctica. ✓
2	Del: 21 / Al: 25	Febrero	6	6	6	6	6	-	30	Observación no participativa de la labor realizada por la institución. ✓
3	Del: 01 / Al: 04	Marzo	-	6	6	6	6	-	24	Observación no participativa de la labor realizada por la institución. ✓
4	Del: 08 / Al: 09	Marzo	-	6	6	-	-	-	12	Realización de encuestas al personal de la institución. ✓

Fotografía de la ficha del ejercicio profesional supervisado.

Fuente: Elaboración propia

Figura no. 32

5	Del: 15 / Al: 16	Marzo	-	5	5	7	-	-	17	Realización de entrevistas y focus group. Estructuración del diagnóstico. ✓
6	Del: 24 / Al: 23	Marzo	-	-	1	-	-	-	1	Reunión con la Licenciada Fuentes para exponer detalles del diagnóstico. ✓
7	Del: 18 / Al: 22	Abril	6	6	6	6	6	-	30	Realización del análisis y posterior redacción de las herramientas que se utilizarán para la mejora de la comunicación interna. ✓
8	Del: 27 / Al: 27	Abril	-	-	3	-	-	-	3	Cotización del costo de las herramientas a utilizar para mejora de la comunicación interna. ✓
9	Del: 31 / Al: 31	Mayo	-	1	-	-	-	-	1	Reunión de supervisión con la Licenciada Ana Méndez y la Licenciada Krista Ramírez. ✓
10	Del: 16 / Al: 17	Junio	-	-	-	6	6	-	12	Entrevistas a los trabajadores de la institución. ✓
11	Del: 04 / Al: 08	Julio	6	6	6	6	6	-	30	Creación del contenido para las capacitaciones a los trabajadores de la institución. ✓
12	Del: 11 / Al: 15	Julio	6	6	6	6	6	-	30	Creación del contenido para el Manual de Estilo y Redacción. ✓
13	Del: 18 / Al: 22	Julio	6	6	6	6	6	-	30	Creación del contenido para el Manual de Estilo y Redacción. ✓
14	Del: 27 / Al: 27	Julio	-	-	5	-	-	-	5	Primer taller para uso de herramienta web. ✓

Fotografía de la ficha del ejercicio profesional supervisado.

Fuente: Elaboración propia



Figura no. 33

15	Del: 10 / Al: 10	Agosto	-	-	5	-	-	-	5	Segundo taller para uso de herramienta web.	✓
16	Del: 16/ Al: 19	Agosto	-	5	5	5	5	-	20	Cotización e implementación del Buzón de Sugerencias.	✓
17	Del: 10 / Al:14	Octubre	6	6	6	6	6	-	30	Redacción del manual de estilo y redacción de la institución.	✓
18	Del:17 /Al: 21	Octubre	-	6	6	-	6	-	18	Redacción y entrega del manual de estilo y redacción de la institución.	✓
TOTAL, DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									300 hrs.		

ma de los Angeles Fuentes
(f)
Nombre, firma y sello(a) o-Encargado

(f)
Nombre Supervisor – Supervisor EPSL

Fotografía de la ficha del ejercicio profesional supervisado.

Fuente: Elaboración propia