

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

Diagnóstico y Plan de comunicación interna en Liceo de computación

CSS

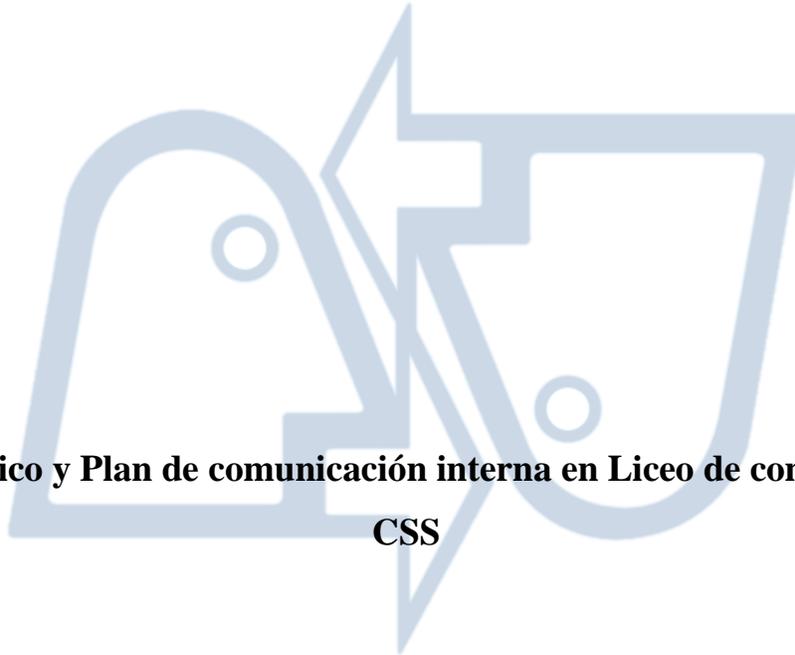
Farian Estuardo Ramos Pinto

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, octubre 202

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación



Diagnóstico y Plan de comunicación interna en Liceo de computación

CSS

Comunicación

Farian Estuardo Ramos Pinto

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

Representantes 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 Yuman

M.A. Edgar Martínez García

Lic. Mynor René Martínez y

Lic. Luis Fernando Lucero



Guatemala 21 de Octubre 2022

Estudiante de EPS de Licenciatura
Farian Estuardo Ramos Pinto
Registro académico 201503017
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Después de evaluar su trabajo académico de forma digital titulado: DIAGNÓSTICO Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LICEO DE COMPUTACIÓN CSS. 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, 8 de febrero 2022

EPSL-2022

Licda. Karla Ortiz
Liceo de Computación CSS, S.A.
Presente.

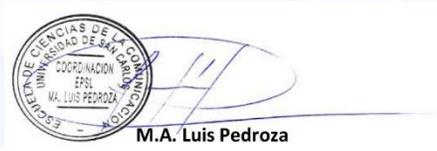
Reciba un cordial saludo por parte de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

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: **Farian Estuardo Ramos Pinto** con número de registro académico **201503017** y Carné **3001555060101** quién manifestó el deseo de realizar su práctica profesional en su prestigiosa institución y para tal efecto se requiere lo siguiente:

- a. Extender una carta de aceptación en papel membretado, firmado y sellado.
- b. Proporcionar apoyo al/la estudiante en lo referente a proveer información y autorización para actividades propias del programa.
- c. Asignar a un representante que labore en la empresa/institución como responsable directo del/la estudiante practicante.
- d. 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).
- e. 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).
- f. Autorizar que se supervise la práctica profesional por parte de los docentes supervisores.
- g. 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





INNOVANDO EN LA EDUCACIÓN DESDE 1983

Guatemala, 28 de abril 2022

M.A. Luis Pedroza
Coordinador EPS de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala
Presente

Respetable M.A. Pedroza, le saludo cordialmente y a su vez, informo que se ha recibido y autorizado la solicitud del estudiante **Farian Estuardo Ramos Pinto** con número de registro académico **201503017** y Carné **3001555060101** para ejercer el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la institución que represento: Liceo de Computación CSS, S.A.

Será un gusto apoyar al estudiante para que desarrolle sus conocimientos y habilidades en la institución y se le proporcionará todo lo necesario para que su proceso sea realizado con éxito.

Sin otro particular,


Lic. Karla Lucía Ortiz Pérez
Departamento de Mercadeo
Liceo de Computación CSS, S.A.

LICEO DE COMPUTACION C.C.S.S.A.
MERCADERO
Y
PUBLICIDAD
C.A.

OFICINAS CENTRALES: Calzada San Juan 39-14, Colonia El Rodeo Zona 7. 2432-0471

•ZONA 06
Calle Martí 14-49
2288-2093

•ZONA 07
Calzada San Juan 38-83
Colonia El Rodeo

•ZONA 18
13 AVE. 6-46
Colonia Labarreda
2256-1189

•ZONA 18 PRIMARIA
13 AVE. 6-46
Colonia Labarreda
2256-3066

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

Acto que dedico a:

Dios

Porque sin Él nada de esto sería posible, pues ha sido todo lo que he necesitado para sostenerme en momentos duros, en todo tiempo estará.

Mis padres

Claudia Johana Pinto Soto y Farian Ariel Ramos López, porque siempre creyeron en mi desde niño y con amor y esfuerzo hicieron que la vida fuera más sencilla. Toda esta alegría es de ustedes también.

Mi Prometida

Glendy Contreras, quién más si no ella, por ser el complemento de amor, apoyo y comprensión que necesita en esta etapa final.

Mi hermano

Manuel Ramos por su apoyo, hermandad y las palabras de aliento en los momentos oportunos.

Mis abuelos

Tránsito Ramos y Rosa López, Manuel Pinto y Clara Soto que, aunque ya no están físicamente permanecen para siempre en mí todas sus enseñanzas y amor.

Mi familia

Por alentarme y mostrar su cariño y apoyo cuando lo he necesitado, desde niño.

Mis amigos y compañeros

Por mostrarse en el camino como personas de bien para mi vida, siempre han estado. Han sido como hermanos en tiempos duros.

Agradecimientos a:

Universidad de San Carlos de Guatemala

Por ser mi alma mater, la que debía ser pues aparecerá en los anales del tiempo que fue la que forjó mi proceso de formación académica.

Mis amigos y compañeros de Universidad

Por todas las experiencias, recuerdos y shucos compartidos Por compartir días corriendo hacia el bus, incluso bajo la lluvia, apartarme lugar en clase, soportar días de hambre y sueño. Ustedes saben quiénes son.

Liceo de Computación CSS

Por darme la oportunidad de desarrollarme profesional y laboralmente en la institución. En especial al consejo Directivo y al Departamento de Mercadeo por todo el apoyo.

Lcda. Krista María Ramírez

Por compartir su conocimiento y experiencia como guía de gran utilidad durante la realización de este informe.

Índice

Introducción	XIV
Justificación	XV
Capítulo 1	1
Diagnóstico	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	1
1.6 Departamentos o dependencias de la institución.....	2
1.7 Organigrama de la Empresa	4
1.8 Misión.....	5
1.9 Visión	5
1.10 Objetivos institucionales	5
1.11 Público Objetivo.....	6
1.12 Diagnóstico.....	6
1.12.1 Pregunta de investigación.....	6
1.12.2 Objetivo General.....	6
1.12.3 Objetivos específicos	6
1.13 Metodología	6
1.13.1 Descripción del método	7
1.13.2 Técnicas e instrumentos de recolección	7
1.13.3 Interpretación de los resultados	27
1.14 FODA comunicacional.....	30
1.15 Problemas Detectados	31
1.16 Planteamiento del problema comunicacional.....	31
1.17 Indicadores de Éxito.....	32
1.18 Límites y Alcances de la investigación	32
1.19 Cronograma del diagnóstico.....	33
1.20 Proyecto a desarrollar.....	33

Capítulo 2.....	34
2.1 Plan estratégico de comunicación	34
2.2 Elementos comunicacionales	34
2.3 Objetivos de la Estrategia (General y específicos).....	35
Objetivo General.....	35
Objetivos específicos:.....	35
2.4 Estrategia.....	36
2.5 Actividades o Acciones de la estrategia	37
2.6 Público objetivo.....	37
2.7 Mensaje clave.....	37
2.8 Indicadores de las acciones	37
2.9 Recurso Humano	37
2.10 Financiamiento y presupuesto.....	38
2.11 Beneficiarios.....	38
2.12 Áreas Geográficas de Acción.....	39
2.13 Cuadro operativo de la estrategia.....	39
2.14 Cronograma del Plan de comunicación.....	40
Capítulo 3.....	41
3. Informe de ejecución.....	41
3.1 Acción 1: Ejecución del plan de Comunicación	41
Objetivo	41
Medio utilizado.....	41
Presupuesto utilizado.....	41
Resultados obtenidos	42
Evidencia del material (Fotografías, Capturas de pantalla, Imágenes, Links)	42
3.2 Acción 2: Ejecución del plan de Comunicación	43
Objetivo	43
Medio utilizado.....	43
Resultados obtenidos	44
Evidencia del material (Fotografías, Capturas de pantalla, Imágenes, Links).	44
Conclusiones.....	47
Recomendaciones	48

Referencias Bibliográficas 49
Anexos 50

Índice de Ilustraciones

<i>Ilustración 1</i>	4
<i>Ilustración 2 Encuestas en Línea 3</i>	8
<i>Ilustración 4 Resultados: Pregunta 1 Encuesta</i>	11
<i>Ilustración 5 Resultados: Pregunta 2 Encuesta</i>	12
<i>Ilustración 6 Resultados: Pregunta 3 Encuesta</i>	12
<i>Ilustración 7 Resultados: Pregunta 4 Encuesta</i>	13
<i>Ilustración 8 Resultados: Pregunta 5 Encuesta</i>	13
<i>Ilustración 9 Resultados: Pregunta 6 Encuesta</i>	14
<i>Ilustración 10 Resultados: Pregunta 7 Encuesta</i>	15
<i>Ilustración 11 Resultados: Pregunta 8 Encuesta</i>	15
<i>Ilustración 12 Resultados: Pregunta 9 Encuesta</i>	16
<i>Ilustración 13 Resultados: Pregunta 10 Encuesta</i>	17
<i>Ilustración 14</i>	30
<i>Ilustración 15</i>	34
<i>Ilustración 16</i>	36
<i>Ilustración 17</i>	42
<i>Ilustración 18</i>	43
<i>Ilustración 19</i>	44
<i>Ilustración 20</i>	44
<i>Ilustración 21</i>	45
<i>Ilustración 22</i>	45
<i>Ilustración 23</i>	46

Índice de tablas

<i>Tabla 1</i>	27
<i>Tabla 2</i>	33
<i>Tabla 3</i>	38
<i>Tabla 4</i>	39
<i>Tabla 5</i>	40
<i>Tabla 6</i>	41

Introducción

Una estrategia y ejecución de un plan de comunicación permite solventar de manera eficaz los problemas de este ámbito en cualquier índole donde sea utilizada. Partiendo del análisis previo que se hizo en el diagnóstico, se concluye en una apuesta interesante basada principalmente en uno de los elementos de la comunicación más esenciales (sin olvidar que todos lo son).

En el primer marco se detalla particularmente cada proceso realizado tanto en la parte anterior de la investigación como en la construcción y desarrollo de acciones ejecutoras de la realización de la estrategia planteada a realizar, que solvente cada uno de los problemas hallados. Cada concepto es clave en la construcción del producto final.

Y se muestran las herramientas a utilizar para el estudio. Según la base metodológica, es necesaria e importante porque es la forma en que se aborda el tema.

Sin duda es una investigación que vale la pena revisar para entender el funcionamiento y aplicación de las teorías comunicacionales en cada uno de los problemas cotidianos de una empresa o la vida diaria.

Justificación

Con el paso del tiempo se puede determinar con claridad las carencias, fallos y aciertos que pueda tener una institución, es muy claro que en el caso de una institución educativa es primordial tener clara la forma de comunicación, que sea asertiva, clara y concisa y eso debe iniciar desde el ámbito administrativo, pues es quien rige las acciones a realizarse posteriormente y que llevan a las acciones que repercuten en los clientes o usuarios de esta empresa.

Este documento de diagnóstico y estrategia de comunicación, forma parte del programa de Ejercicio Profesional de Licenciatura (EPSL) de la Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC) de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC), para optar al título de licenciatura.

La importancia de elaborar un diagnóstico es para conocer la situación comunicacional en la que se encuentra Liceo de Computación CSS y así poder proponer una solución que ayude a mejorar la situación actual en la que se encuentra la comunidad educativa.

Como trabajador de la institución donde se realizó el proyecto, el autor evidenció que existían deficiencias de comunicación en la institución, por esa razón se propuso la realización del diagnóstico y estrategia de comunicación que se presenta en este documento ante las autoridades de la empresa.

Los principales beneficiarios de este trabajo desarrollado en Liceo de Computación CSS son toda la comunidad educativa, tanto público interno (maestros, académicos, administrativos), y el público externo (alumnos, padres de familia) quienes son afectados de manera directa indirecta. Creando un manual de comunicación que permita mejorar los procesos organizacionales que deseen transmitir información ya sea entre departamentos de la empresa o bien de la institución hacia el público externo.

Al concluir esta estrategia se busca evidenciar una mejor comunicación entre toda la comunidad educativa.

Capítulo 1

Diagnóstico

1.1 La Institución

Liceo de Computación CSS

1.2 Perfil Institucional

Institución Educativa es una Empresa, puesto que es una entidad privada.

1.3 Ubicación geográfica

La institución cuenta con 3 sedes (zonas: 6, 7 y 18) y oficinas centrales. Será en esta ubicación última donde se realizará la práctica, la dirección es:

Calzada San Juan 39-14 zona 7 Colonia El Rodeo

1.4 Origen e Historia

En 1983 fue fundado el Centro de Informática CSS (Computer Science School), una de las primeras academias de computación en Guatemala, convirtiéndose en los pioneros de la enseñanza de lenguaje de programación en nuestro país. En 1985, como respuesta a la creciente necesidad tecnológica en nuestro país abre sus puertas el primer Liceo de Computación CSS en la zona 1, satisfaciendo la necesidad de formación académica, sólida e integral cuyo principio en la vida es “Nos esforzamos por ser de lo bueno, lo mejor”.

En los años sucesivos se fundaron otros centros educativos en las zonas 7, 6 y 18 de la ciudad, con el afán de brindar nuestro ya reconocido servicio de calidad educativa en las zonas habitacionalmente más pobladas de la capital. En cada uno de estos colegios, se contribuye al desarrollo educativo de nuestros alumnos impartiendo formación académica calificada; cultivando valores morales y cívicos mediante el fortalecimiento de hábitos de adaptación social, convivencia y cooperación

1.5 Integración y Alianzas Estratégicas

Actualmente con alianzas con las siguientes empresas:

- Megasoluciones

- Multiservicios CSS, S.A
- Puzzle School
- Mytec
- Intelaf

1.6 Departamentos o dependencias de la institución

Estos son los departamentos en los que está dividida la empresa:

- Presidencia
- Consejo Directivo

Es el organismo encargado de dictaminar directrices, fijar normas y aprobar o derogar propuestas y proyectos dentro de la empresa.

- Gerencia Financiera

Es el departamento encargado directamente del área administrativa en oficinas centrales y responsable de la parte financiera de la institución.

- Auditoría interna

Departamento encargado de velar porque los procesos se realicen de forma debida.

- Contabilidad

Departamento que se encarga de las cuentas, pago de proveedores, acreedores, etc.

- Mercadeo y Publicidad

Departamento encargado de la publicidad y la comunicación dentro de la empresa.

- Subgerencia operativa

Parte operacional de la institución.

- Subgerencia administrativa

Encargado del área de oficinas centrales y todo el personal administrativo con relación a los colaboradores.

- Dirección General Académica

Departamento que rige la parte académica de la institución, enfocada directamente en los usuarios y la calidad educativa.

- Departamento tecnológico (IT)

Departamento encargado de la parte tecnológica de la institución.

- Departamento de Orientación Escolar

Es el departamento que da seguimiento a la parte de los alumnos y su orientación en el área educativa, psicológica, etc.

- Dirección administrativa

Encargado directamente de cada colegio en la parte administrativa.

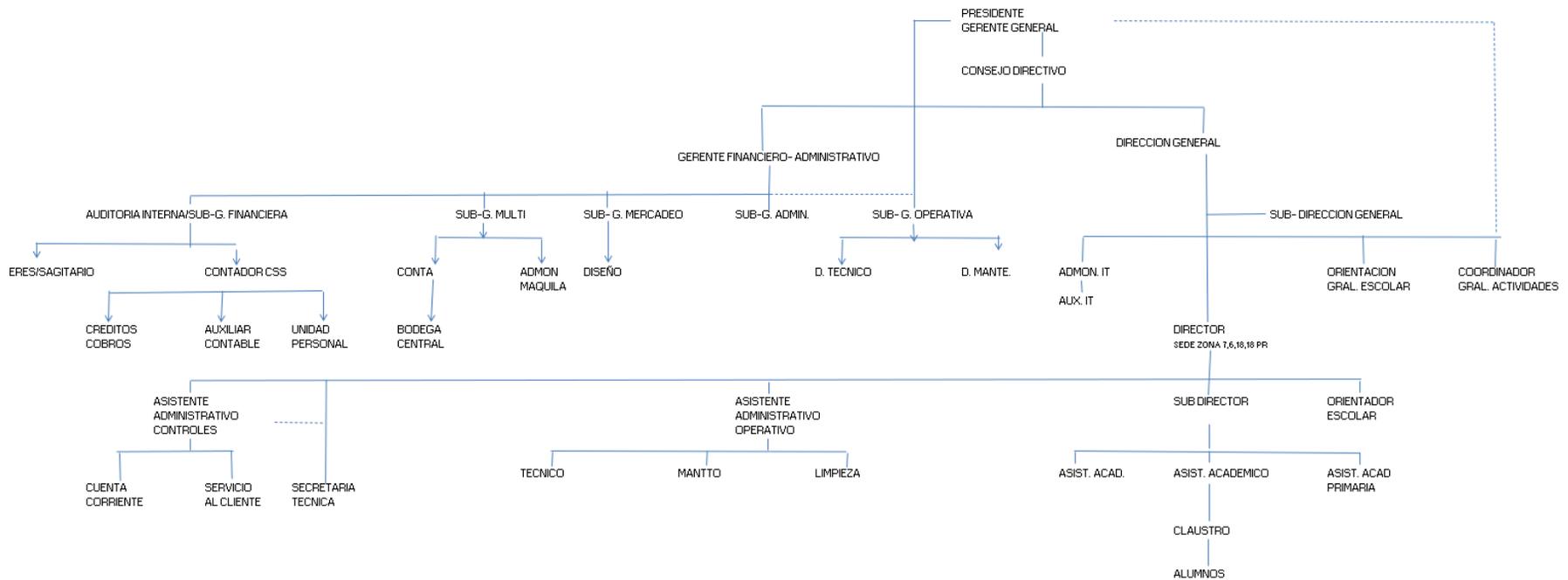
- Subdirección académica

Encargado de la parte académica de la institución, esto es en cada colegio.

1.7 Organigrama de la Empresa

Ilustración 1

Organigrama de Liceo de Computación CSS



Fuente: Liceo de Computación CSS

1.8 Misión

Con nuestros clientes:

Educar personas a través de una formación integral, fundamentada en el trato humano y la implementación de métodos pedagógicos y tecnológicos que les permitan desarrollar las 12 competencias básicas, consideradas indispensables para una vida plena y satisfactoria.

Con nuestros colaboradores:

Ofrecer y cumplir estabilidad laboral, pago puntual, desarrollo personal, buen clima laboral y oportunidades de crecimiento.

Con nuestros accionistas:

Garantizar a través de una buena administración de los recursos, una alta rentabilidad para poder generar más Inversión.

1.9 Visión

Con nuestros clientes:

Ser una empresa educativa reconocida por nuestro servicio integral de alta calidad, personal calificado y las competencias profesionales y humanas de nuestros alumnos egresados.

Con nuestros colaboradores:

Desarrollo personal y laboral constante, crecimiento constante haciendo así crecer más la empresa.

Con nuestros Accionistas:

Diversificar y Expandir las Inversiones de Liceo de Computación CSS S.A.

1.10 Objetivos institucionales

La empresa no tiene redactados estos objetivos.

1.11 Público Objetivo

Usuarios: hombres y mujeres en edad de los 4 años (primaria) hasta los 50 años (madurez) de nivel socioeconómico medio bajo y medio.

Clientes: Hombres y mujeres mayores de edad, padres de familia o no, con nivel socioeconómico medio bajo y medio, que viven en áreas cercanas a zona 6, 7 y 18 de la ciudad capital.

1.12 Diagnóstico

1.12.1 Pregunta de investigación

¿Cuáles son los factores negativos que afectan la comunicación interna de Liceo de Computación CSS?

1.12.2 Objetivo General

Analizar el proceso de comunicación interna que se desarrolla dentro de la empresa.

1.12.3 Objetivos específicos

- a) Observar los factores positivos y negativos que afectan la comunicación interna de la institución.
- b) Determinar cuáles son las causas de los factores negativos.
- c) Presenta las causas y conclusiones de la observación del proceso.

1.13 Metodología

Investigación descriptiva, ya que se hará únicamente una descripción de lo observado durante la fase de investigación y búsqueda de información, en esta fase no profundizará más.

Pues como menciona (Sampieri, 2014) Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.

También será de enfoque cualitativo porque el universo es muy pequeño como para tener una muestra significativa, y esto indica que no tendría razón de ser la parte cuantitativa.

1.13.1 Descripción del método

Se utilizará un método descriptivo, porque pretende describir que es lo que problemas tiene la institución, revisando las características del problema en cuestión. En este método se procederá a la creación de preguntas y análisis de datos que se llevarán a cabo sobre el tema. Se conoce como método de investigación observacional porque ninguna de las variables que forman parte del estudio está influenciada. (Sampieri, 2014)

También se define como una investigación descriptiva a aquella que tiene por objetivo describir características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos (Sabino, 1992), es decir que estudia los grupos y rasgos característicos que son similares, permitiendo a los investigadores tener un panorama más amplio de lo observado en relación al objeto de estudio.

1.13.2 Técnicas e instrumentos de recolección

-Observación

Se observó durante una semana el comportamiento y las acciones de comunicación que presenta la institución en un día normal

-Encuestas

Se realizó una encuesta al personal para medir la opinión en cuanto a la comunicación

Ilustración 2 Encuestas en Línea

Cuestionario comunicación interna

Descripción del formulario

Nombre *

Texto de respuesta corta

Puesto /área *

Texto de respuesta corta

Después de la sección 1 Ir a la siguiente sección

Sección 2 de 4

Comunicación interna

Descripción (opcional)

Según su experiencia en la empresa, ¿Cómo cree que es la comunicación interna? *

Mala

Necesita mejorar

Buena

Excelente

¿Cómo siente que es la comunicación de las autoridades con su persona y viceversa? *

Mala

Confusa

Buena

Excelente (asertiva)

¿Con qué frecuencia se comunica usted con sus compañeros y jefes? *

- Nunca
- De vez en cuando
- Cuando es necesario
- Regularmente
- Siempre

¿Cuándo cree usted que es necesario reforzar una instrucción? *

- Nunca
- Cuando es mucha información y tienen muchos procesos
- Cuando se necesite
- Cuando ha demorado en realizar la instrucción
- Siempre

Mencione ¿qué aspecto considera que le imposibilita entender lo que le dicen o darse a entender con las demás personas *

Texto de respuesta larga

Comunicación externa

Descripción (opcional)

¿Cómo califica la forma en que la institución se comunica hacia los clientes (estudiantes y padres de familia) ? *

- Mala
- Necesita mejorar
- Buena
- Excelente

¿Qué relación cree que existe entre la forma de comunicar la información de la institución y el tiempo y la forma de respuesta de los usuarios y clientes? *

- Lenta
- Necesita mejorar
- Eficiente
- Excelente

información para que los usuarios o clientes entiendan la información?

- Mala
- Necesita mejorar
- Correcta
- Excelente
- Añadir opción o [añadir respuesta "Otro"](#)



Obligatorio



Varías opciones



Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



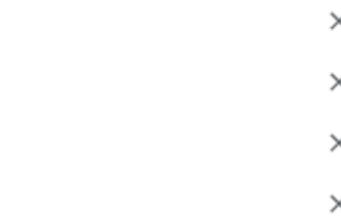
Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



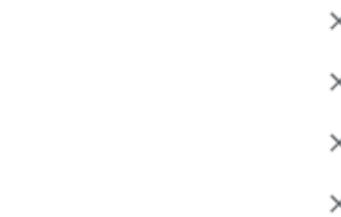
Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



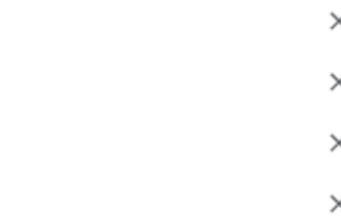
Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



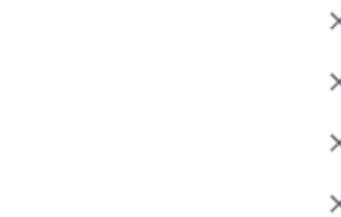
Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



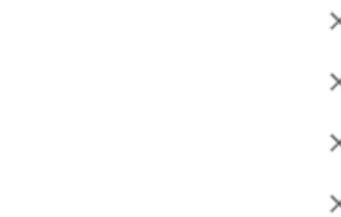
Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



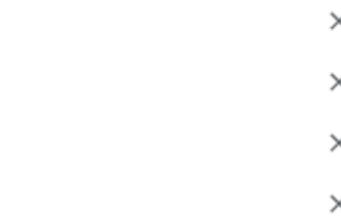
Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones



Obligatorio



Varías opciones

En su opinión...

Descripción (opcional)

¿Cuál cree que es el mayor problema, obstáculo o ruido que perjudica la comunicación en la institución? *

Texto de respuesta larga

Cuéntenos qué haría para mejorar la comunicación desde su punto de vista *

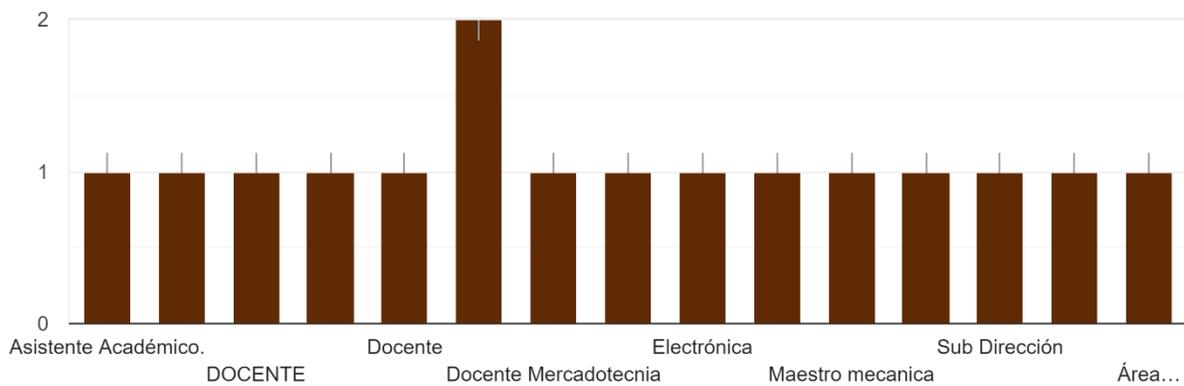
Texto de respuesta larga

Ilustración 3 Resultados: Pregunta 1 Encuesta

Pregunta no. 1

Puesto /área

16 respuestas

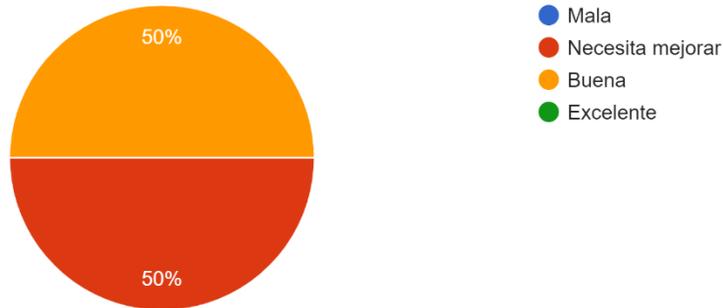


Interpretación: La mayor parte de los encuestados son docentes.

Ilustración 4 Resultados: Pregunta 2 Encuesta
Pregunta no. 2

Según su experiencia en la empresa, ¿Cómo cree que es la comunicación interna ?

16 respuestas



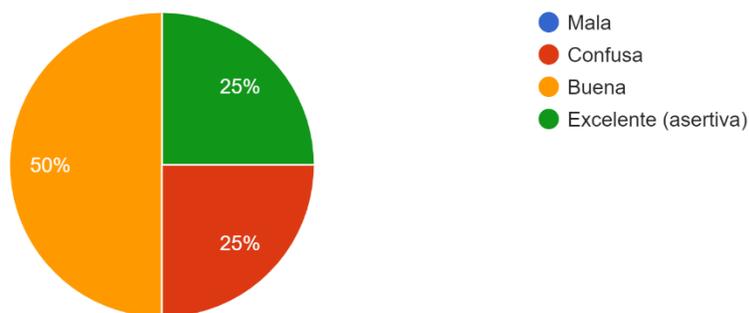
Interpretación: Existe una igualdad entre las personas que creen que la comunicación necesita mejorar, el otro porcentaje menciona que es buena, por lo cual se deduce que debe tener mejoras.

Ilustración 5 Resultados: Pregunta 3 Encuesta

Pregunta no. 3

¿Cómo siente que es la comunicación de las autoridades con su persona y viceversa?

16 respuestas



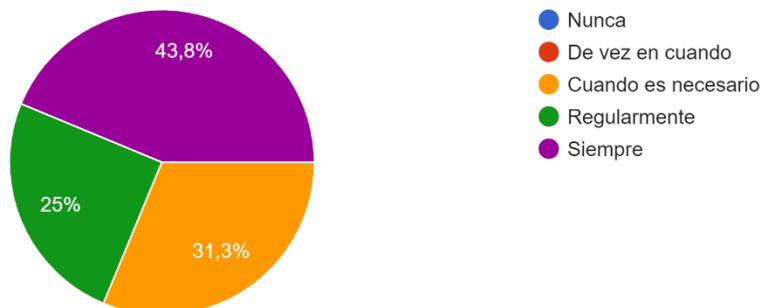
Interpretación: Un gran porcentaje considera que la comunicación es buena entre las autoridades y viceversa, siempre se considera que hay personas de diversas áreas y esto no quiere decir que sea una totalidad, solo muestra en su área como es este aspecto.

Ilustración 6 Resultados: Pregunta 4 Encuesta

Pregunta no. 4

¿Con qué frecuencia se comunica usted con sus compañeros y jefes?

16 respuestas



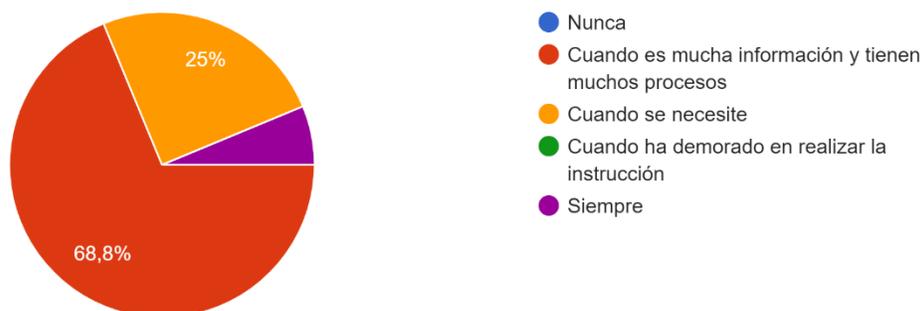
Interpretación: La comunicación interpersonal fluye con regularidad.

Ilustración 7 Resultados: Pregunta 5 Encuesta

Pregunta no. 5

¿Cuándo cree usted que es necesario reforzar una instrucción?

16 respuestas



Interpretación: se refuerza la información cuando es demasiado contenido.

Ilustración 8 Resultados: Pregunta 6 Encuesta

Pregunta no. 6

Mencione ¿qué aspecto considera que le imposibilita entender lo que le dicen o darse a entender con las demás personas¹⁶ respuestas

No hablar claro

La actitud y modal

Muchas versiones de un mismo tema

que no se de la información a detalle

a veces dan demasiadas instrucciones en las video llamadas y no usan una presentación o documento deben pensar en que hay personas que somos mas visuales

Parte de lo que imposibilita la comunicación son los cambios abruptosⁱⁱⁱ

No prestar la atención adecuada a la institución, estar pendiente de otros procesos.

Los tiempos, cuando hay dudas las personas normalmente pasan en reuniones mucho tiempo.

El sentido de pertenencia

Cuando se habla en pretérito, no el personal es nuevo^s y sé asume que ya los procesos se conocen.

A veces cuando son muchos pasos.

Que hayan muchas personas dando distintas instrucciones

Ninguno

Puede ser el tener una carga sobre otra y no dar el espacio o las cosas a tiempo para poder trabajarlas mejor

Cuando la instrucción no es directa

La falta de interés al escuchar.

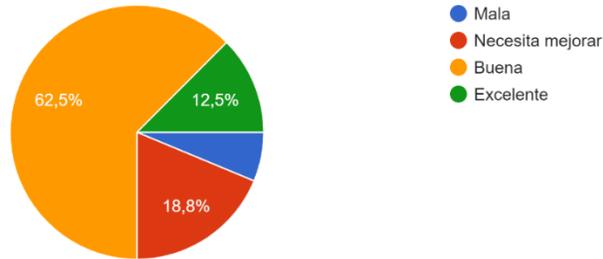
Interpretación: Se considera que son muchas instrucciones las que se dan y son cambios constantes en la información compartida.

Ilustración 9 Resultados: Pregunta 7 Encuesta

Pregunta no. 7

¿Cómo califica la forma en que la institución se comunica hacia los clientes (estudiantes y padres de familia) ?

16 respuestas



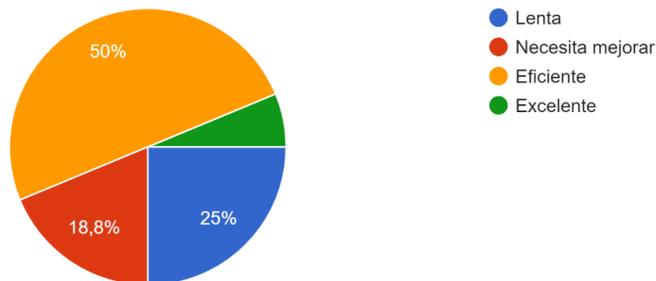
Interpretación: En cuanto a la comunicación externa, el 62.5% considera que es buena, concluyendo de alguna manera que el inconveniente viene en la comunicación interna.

Ilustración 10 Resultados: Pregunta 8 Encuesta

Pregunta no. 8

¿Qué relación cree que existe entre la forma de comunicar la información de la institución y el tiempo y la forma de respuesta de los usuarios y clientes?

16 respuestas



Interpretación: los encuestados consideran que es eficiente la relación entre la comunicación de la institución de forma externa y la manera que se recibe la retroalimentación.

Ilustración 11 Resultados: Pregunta 9 Encuesta

Pregunta no. 9

¿Cuál cree que es el mayor problema, obstáculo o ruido que perjudica la comunicación en la institución?¹⁵ respuestas

Medios, entorno social y económico

La comunicación

cambios constantes en los procesos

los cambios de opinión constante, la carga laboral o los protocolos o procesos para cosas simples

Que no todos pueden utilizar los canales que utiliza la institución y la sobrecarga de información que se maneja en los distintos grupos^{ijj}

Los canales de comunicación, muchos no son tecnológicos o no leen.
el tiempo

El seguimiento de instrucciones y padres de familia que no tienen ningún nivel de escolaridad
Mucho de la veces es la cantidad de procesos el cual pasa por alto hacer llegar la información con todos los demás.

El no prestar atención.

La desinformación

Las decisiones q se toman de un instante a otro

la mala forma de explicar a veces las cosas

Se maneja más de una versión.

Los problemas en los dispositivos a través de los que se comunica.

Interpretación: Muchas opiniones en conjunto, las más repetidas son “demasiada información”, “constantes cambios” canales erróneos de comunicación, también llega a sobreentenderse, lo cual permite verificar que se realiza una sobrecarga de información en medios y por canales que algunos no pueden comprender o no es una forma oficial de comunicarlos.

Ilustración 12 Resultados: Pregunta 10 Encuesta

Pregunta no. 10

Cuéntenos qué haría para mejorar la comunicación desde su punto de vista¹⁵

respuestas

Actitud formando un entorno social más tranquilo y viable, aunque el tema sea demasiado pesado o laborioso de realizar

Conocer procesos y hacernos mínimos en lugar de agrandar cuando se realicen cambios siempre mantener la mayor comunicación para despejar dudas o incluir puntos de vista de más personas.

que los jefes den seguimiento correctamente a las instrucciones, que no cambien de opinión constantemente y que no haya tanto protocolo para que los procesos sean menos largos

Simplificar los procesos y que exista un decálogo de procedimientos que permita retroalimentar aquello que pueda causar duda.

Mostrar interés a las necesidades de los clientes (Padres de familia) ...

Reuniones breves con puntos específicos

Dirigiéndose a la persona según la cultura

1. Hacer uso de palabras claves retroalimentando lo conversado. 2 mantener solo una base de datos sencilla y concisa para el registro de llamadas.

El evitar que estén haciendo otra cosa cuando se den instrucciones y ser más claros al darles.

Escuchar y aprender a delegar

Atender lo q realmente es importante

que todos maneje la misma información para que al momento que alguien pregunte no se diga lo contrario

Que haya comunicación entre las autoridades

Ser más directos al transmitir la información.

Interpretación: Para los encuestados es importante que la información se reduzca en cantidad y mejore en calidad, incluso las reuniones deben ser breves y con puntos clave, atendiendo a los más importante es lo que transmite el sentido general de los comentarios.

Entrevista

Considerando que la investigación es mixta, se utilizó la herramienta de la entrevista para poder profundizar en el tema en el aspecto cualitativo, por lo cual se realizaron 3 entrevistas a personas claves de áreas importantes que manejan flujo grande de información, los cuales se presentan a continuación

Transcripción de entrevista no. 1 realizada al Sr. David Joycom, encargado de la unidad de personal de la institución.

1. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando para esta empresa?

1 año 5 meses

2. ¿Siente que tiene una comprensión clara de las metas y objetivos estratégicos de la empresa (organigrama, visión, misión, etc)?

Falta un poco de organización en la corporación que hace un poco difícil la comprensión de los objetivos estratégicos.

3. ¿Siente que comprende cómo el trabajo que realiza como individuo contribuye a los objetivos generales de la empresa?

Si se comprenden, ya que uno de los objetivos principales es ser el pagador de la empresa.

4. ¿Qué le parece la forma en que su supervisor interactúa con usted?

Hay ausencia de supervisión por lo tanto existe una nula interacción.

5. ¿Considera que la comunicación fluye bien en la empresa?

La comunicación informal fluye por diferentes canales, sin embargo, la comunicación formal es un poco lenta

6. ¿Considera que tiene todas las herramientas y recursos para hacer llegar la información de forma correcta hacia los demás?

Si.

7. ¿Cuál es su comentario general sobre la comunicación en la institución?

Dejar establecido los canales de comunicación autorizados para tema de trabajo.

8. ¿Cuál cree que es el problema (si existiera) que obstaculiza o influye negativamente en la comunicación interna?

Los diferentes canales de comunicación informales que llevan a alterar el mensaje que se quiere transmitir.

9. ¿La comunicación fluye por los medios adecuados en la institución?

si por correo interno

10. ¿Cree que los jefes / gerentes de la empresa se comunican bien con su persona?

Si

11. ¿Cree que usted se comunica de forma asertiva?

Si, pero radica mucho en la interpretación del mensaje.

12. Si de usted dependiera, ¿Cuáles serían las sugerencias que tiene para la solución a los problemas de comunicación?

Utilizar solo los canales de comunicación.

13. ¿Usted ha colaborado o aportado en alguna medida para realizar ese cambio ?

Si. haciendo grupos de WhatsApp para consultar e informar y correo electrónico que es la vía oficial de comunicación.

Transcripción entrevista no. 2 a Lic. Karla Ortiz, Jefa de departamento de Mercadeo de la instituciones, entre sus funciones principales está el control de la comunicación externa que se realiza.

1. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando para esta empresa?

10 años

2. ¿Está cómoda de trabajar en su área de trabajo?

Si

3. ¿Siente que tiene una comprensión clara de las metas y objetivos estratégicos de la empresa (organigrama, visión, misión, etc)?

Regular

4. ¿Siente que comprende cómo el trabajo que realiza como individuo contribuye a los objetivos generales de la empresa?

Si

5. ¿Siempre sabe lo que se espera de usted en términos de contribuir a las metas y objetivos de la empresa?

No siempre

6. ¿Qué le parece la forma en que su supervisor interactúa con usted?

Falta más comunicación entre ambos.

7. ¿Considera que la comunicación fluye bien en la empresa?

Mal enfocada si. (Chismes). De manera correcta no.

8. ¿Considera que tiene todas las herramientas y recursos para hacer llegar la información de forma correcta hacia los demás?

Si las hay, pero no se usan adecuadamente.

9. ¿Cuál es su comentario general sobre la comunicación en la institución?

Hay que mejorarla.

10. ¿Cuál cree que es el problema (si existiera) que obstaculiza o influye negativamente en la comunicación interna?

- Diferencias personales dentro de los colaboradores.
- No conocer exactamente a quién deben dirigir su comunicación.
- No saber cómo informar y comunicar el mensaje que se desea transmitir (divagar, hablar mucho, redundar, etc).

11. ¿La comunicación fluye por los medios adecuados en la institución?

Hay canales de comunicación oficiales, pero se utilizan otros no oficiales y se pierde la información importante.

12. ¿Cree que los jefes / gerentes de la empresa se comunican bien?

NO

13. ¿Cree que usted se comunica de forma asertiva?

Regularmente.

14. Si de usted dependiera, ¿Cuáles serían las sugerencias que tiene para la solución a los problemas de comunicación?

- Usar canales de comunicación oficiales (solo correo por ejemplo) para trasladar información importante. Se pueden usar los WhatsApp como recordatorio al mensaje enviado oficialmente.
- Conocer el organigrama de la empresa y saber a quién dirigir el mensaje.
- Conocer la importancia de COMUNICAR. Todos sabemos que debemos hacerlo, pero le restamos importancia.
-

15. ¿Usted ha colaborado o aportado en alguna medida para realizar ese cambio ?

No.

Transcripción entrevista no. 3 realizada a la Lcda. Patricia García, orientadora escolar de la institución, que trabaja aspectos de la parte psicológica y la comunicación de los colaboradores en la empresa.

1. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando para esta empresa? 2 años 10 meses

2. ¿Está contento de venir a trabajar todos los días?

Considero que la palabra contento no representa mi respuesta, por lo que diré, venir todos los días es parte de las atribuciones y responsabilidades adquiridas por lo que debo cumplirlo, sin embargo; considero que no es necesaria la asistencia diaria a la institución ya que todos los procesos y atribuciones asignadas se pueden realizar de forma remota, podría sentir mayor motivación y alegría el venir menos días.

3. ¿Siente que tiene una comprensión clara de las metas y objetivos estratégicos de la empresa?

La mayoría del tiempo no tengo claras las metas, ya que se generan cambios continuamente y esto no permite tener estabilidad en las atribuciones o seguimiento de los procesos, quizá no me afecta directamente pero, la sensación de inestabilidad de una u otra manera impacta en los colaboradores.

4. ¿Siente que comprende cómo el trabajo que realiza como individuo contribuye a los objetivos generales de la empresa?

Si lo comprendo, sin embargo, considero que no es valorado como debería

5. ¿Siempre sabe lo que se espera de usted en términos de contribuir a las metas y objetivos de la empresa?

La mayoría de ocasiones si tengo claridad de lo que se espera del desarrollo de las atribuciones a mi cargo.

6. ¿Qué le parece la forma en que su supervisor interactúa con usted?

Es adecuada y amena

7. ¿Considera que la comunicación fluye bien en la empresa?

No,

8. ¿Considera que tiene todas las herramientas y recursos para hacer llegar la información de forma correcta hacia los demás?

Si

9. ¿Cuál es su comentario general sobre la comunicación en la institución?

La comunicación por lo general es de una vía y autoritaria, se generan dudas y estrés entre colaboradores por no tener clara la información

10. ¿Cuál cree que es el problema (si existiera) que obstaculiza o influye negativamente en la comunicación interna?

El autoritarismo y alta necesidad de control por parte de algunas autoridades

11. ¿La comunicación fluye por los medios adecuados en la institución?

No, se tienen demasiados medios de comunicación por lo que se pierde el control y objetivo del proceso.

12. ¿Cree que los jefes / gerentes de la empresa se comunican bien?

No

13. ¿Cree que usted se comunica de forma asertiva?

La mayoría de veces

14. Si de usted dependiera, ¿Cuáles serían las sugerencias que tiene para la solución a los problemas de comunicación?

- Solicitar que las autoridades o encargados de esta área tomen un curso de comunicación asertiva para comprender primero lo que conlleva
- Fortalecer el trato humano básico entre autoridades - colaboradores
- Prestar atención a las necesidades de los colaboradores cuidando el no hacerles sentir que no son importantes.
- Evitar confrontaciones mal dirigidas entre personal ya que esto solo genera competencia entre ellos, tensión y división de grupo.
- Llamadas de atención, instrucciones u otros procesos se indiquen de forma personal y directa.
- Evitar que una sola persona represente las diversas áreas de trabajo.
- Sesiones o reuniones que no duren más de una hora ya que la atención se pierde, se vuelve monótono y agobiante.
- Instrucciones sean claras

15. ¿Usted ha colaborado o aportado en alguna medida para realizar ese cambio?

Si, busco en todo momento dirigirme a las personas con las que debo trabajar o resolver alguna problemática, evito tener comunicación extraoficial en chats o llamadas telefónica, aplico límites entre lo laboral y personal, busco formas en las que se pueda hacer llegar la información de forma clara, ordenada y concisa

1.13.3 Interpretación de los resultados

Tabla 1

Análisis de resultados de entrevistas

Pregunta	Análisis respuesta Sr. David	Análisis respuesta Lcda. Ortiz	Análisis respuesta Lcda. García	Conclusión
¿Cuánto tiempo lleva trabajando para esta empresa?	Más de 1 año	10 años	Más de 2 años	Son personas nuevas relativamente.
¿Está cómoda de trabajar en su área de trabajo?	Cómoda, pero desearía no estar presencial.	Si.		Comodidad relativa.
¿Siente que tiene una comprensión clara de las metas y objetivos estratégicos de la empresa (organigrama, visión, misión, etc.)?	Falta de organización.	Regular.	No las tiene claro por constantes cambios.	No hay una comprensión de las metas y objetivos estratégicos de la empresa.
¿Siente que comprende cómo el trabajo que realiza como individuo contribuye a los objetivos generales de la empresa?	Si lo comprende.	Lo comprende.	Si, pero no se siente completamente valorada.	Comprende las funciones que tiene en la empresa.
¿Qué le parece la forma en que su supervisor interactúa con usted?	No tiene supervisión de jefe directo.	Falta más comunicación.	Adecuada y amena.	No hay respuesta certera y firme que asegure que la comunicación es la adecuada.

¿Considera que la comunicación fluye bien en la empresa?	Hay muchos canales no oficiales.	Está mal enfocada, hay chismes.	No.	No está bien y fluye inadecuadamente.
¿Considera que tiene todas las herramientas y recursos para hacer llegar la información de forma correcta hacia los demás?	Si	Si, pero no se usan adecuadamente.	Si	Están de acuerdo en que tienen las herramientas necesarias.
¿Cuál es su comentario general sobre la comunicación en la institución?	Establecer canales adecuados para comunicación oficial.	Debe mejorar.	De una sola vía y autoritaria.	Se observa que concluyen en que está mal, pues no tiene canales / medios adecuados de difusión y no permite retroalimentación.
¿Cuál cree que es el problema (si existiera) que obstaculiza o influye negativamente en la comunicación interna?	Muchos canales de comunicación no oficiales.	Problemas personales, desconocimiento de organigrama, y mal uso de información.	Autoritarismo	Nuevamente se observa que no hay medios idóneos, por ende canales inadecuados que se utilizan mal por las autoridades para transmitir información.
¿La comunicación fluye por los medios adecuados en la institución?	Solo cuando se utiliza correo electrónico.	Si los hay, pero no se utilizan.	No, hay demasiados que tienden a confundir.	Hay confusión por no utilizar un solo medio que rija la información.
¿Cree que los jefes / gerentes de la empresa se comunican bien?	Si	No	No	En general no sienten que los jefes comuniquen bien, esto variando del área en la que se encuentran.
¿Cree que usted se comunica de forma asertiva?	Si, pero depende de la interpretación	Regularmente.	La mayoría del tiempo si.	De forma regular pueden comunicarse asertivamente dentro de la institución.

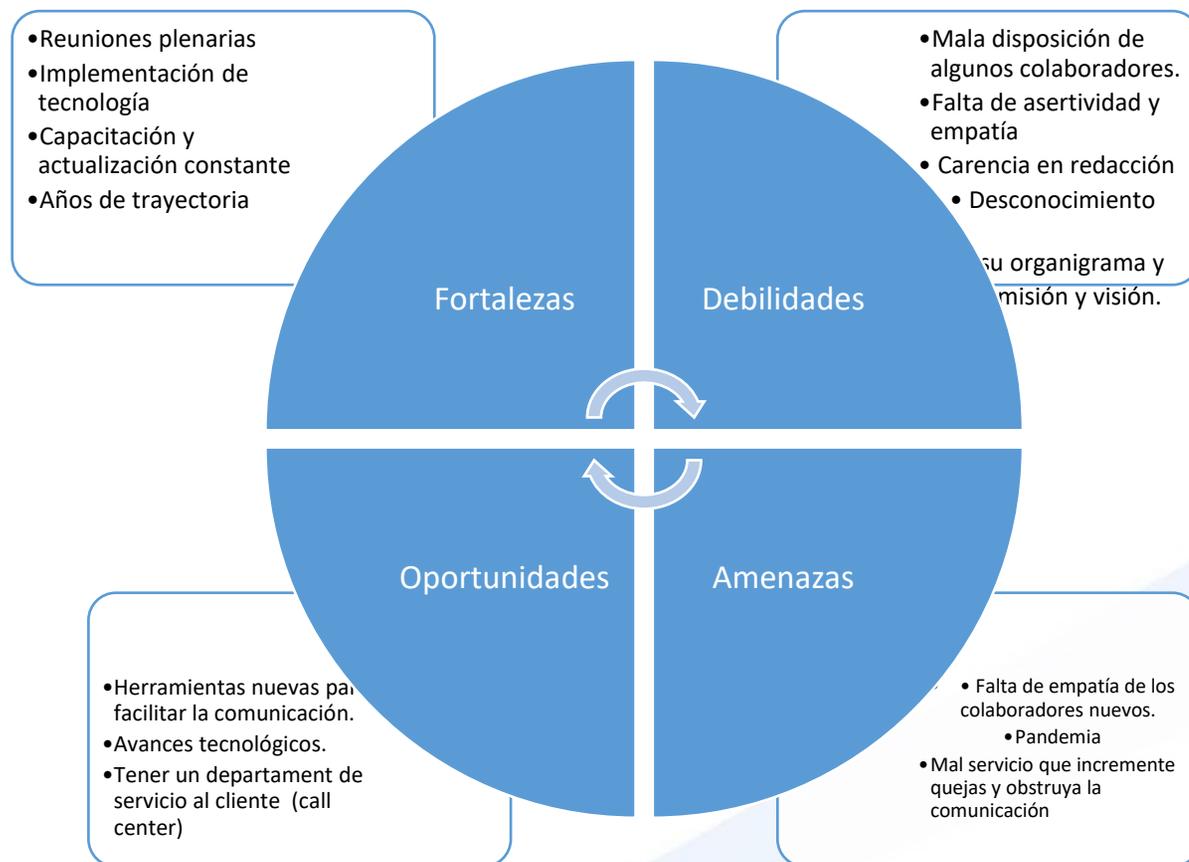
Si de usted dependiera, ¿Cuáles serían las sugerencias que tiene para la solución a los problemas de comunicación?	Utilizar solo los canales de comunicación oficiales.	Conocer organigrama, usar los medios y canales oficiales y preocuparse por saber comunicar el mensaje.	Encargados tomar cursos de comunicación asertiva, mensajes cortos, claros y concisos, mejorar comunicación interpersonal.	Requieren que se oficialice un solo medio de comunicación.
¿Usted ha colaborado o aportado en alguna medida para realizar ese cambio ¿	Si, creando grupos de Whatsapp para canalizar información.	No	Si, busca ser clara y dirigirse a los medios correctos.	El mayor porcentaje se ha propuesto aportar para el cambio.

(Elaboración propia)

1.14 FODA comunicacional

Ilustración 13

FODA institucional



(Elaboración propia)

1.15 Problemas Detectados

- Comunicación poco asertiva y confusa entre cada uno de los colaboradores pues consideran que debe mejorar muchos aspectos y que se utilizan canales inadecuados, mal enfocada la información y la directriz oficial es confusa debido a los constantes cambios realizados por la parte directiva.
- No tienen un concepto claro de las metas que persigue la empresa, no conocen el organigrama y eso hace confusa la interpretación de comunicación y la retroalimentación de la misma en los canales adecuados.
- Desconocimiento de procesos correctos de tratamiento de información y comunicación oficial.
- Encasillamiento y comodidad ante la falta de orden en la comunicación.

1.16 Planteamiento del problema comunicacional

Debido a la mala forma de comunicar la información, deja de ser asertiva porque existen muchos canales de comunicación que no son oficiales y que tienden a confundir a las personas según comentan los colaboradores, esto hace que las personas también busquen una forma nueva de comunicarse y otros canales para poder hacer llegar la información y comunicar sus ideas, inquietudes y demás. También debe mencionarse que dentro de la institución desconocen las líneas de comunicación, es decir que el organigrama no es claro y las personas no realizan el proceso de comunicación-retroalimentación de forma adecuada y las instrucciones se pierden. Según lo observado, no se tiene claridad en cuanto a cómo enviar correos, responder llamadas, realizar mensajes que se compartirán, etc.

Es por ello que se considera que no hay una claridad en cuanto a los procedimientos ni la forma de emitir la comunicación dentro de la empresa, se carece de un manual de procedimientos de comunicación organizacional.

1.17 Indicadores de Éxito

Para el efecto y ejecución de la estrategia de comunicación se cuenta con el apoyo humano necesario, profesional y económico de la empresa para la realización de las actividades.

Se presentan los elementos que pueden aportar al éxito de la estrategia de comunicación.

- Correos institucionales: permite dirigir por medio de un solo canal de carácter oficial toda la información.
- Recurso financiero: de la empresa, a través del departamento de mercadeo.
- Recursos humanos: empleados colaboradores de la institución.

1.18 Límites y Alcances de la investigación

El plan estratégico a desarrollar se aplicará en la corporación educativa CSS (Liceo de Computación CSS) como todo plan estratégico existen alcances y límites que ayudarán al cumplimiento o no de estas.

Alcances Son aquellos elementos que permitirán cumplir los objetivos trazados del plan de comunicación. Son todos aquellos recursos que se tienen a favor.

Límites Estos indican los aspectos que quedan fuera de alcance, que impiden el cumplimiento de esta.

Capítulo 2

2.1 Plan estratégico de comunicación

Derivado de la fase de diagnóstico en donde se observaron y determinaron problemas o no del proceso comunicaciones dentro de la empresa, esto hablando de la comunicación interna. Ahora se presenta entonces una guía sistemática de procesos a realizar para lograr reducir o eliminar de forma categórica la problemática en cuestión que concierne a la empresa.

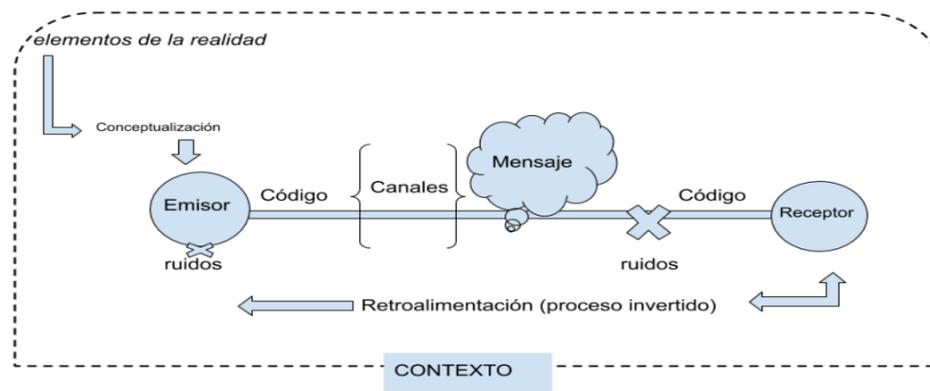
Para apoyar en este proceso se presenta la realización de un Manual de procedimientos de comunicación interna organizacional.

2.2 Elementos comunicacionales

La comunicación debe verse como un proceso social que involucra la biología humana, puesto que este proceso conlleva la recolección de sucesos, palabras y pensamientos que se obtienen del ambiente y que luego son almacenados en la memoria para que en algún punto de la vida, el individuo (cuando tiene la necesidad) pueda expresar eso que recalcó en su memoria y que otro va a escuchar e interpretar según sea su forma de vida. (Viggiano, 2009)

Ilustración 14

Elementos del proceso de Comunicación



Fuente: Elaboración Propia

El proceso de la comunicación dentro de la empresa (comunicación interna) se desarrolla de una forma incorrecta, debido a que existen algunos inconvenientes que se detallan a continuación en los elementos de comunicación:

Emisor: No tiene una claridad y asertividad en la forma en que se comunica, puesto que se comunica de forma inadecuada, y utiliza por ellos muchas veces códigos inadecuados, esto s:

Código: En el proceso de la comunicación el código muchas veces es el inadecuado. Un ejemplo de esto es cuando se redacta un correo y no es dirigido a la persona quien debe responder.

(Aguado, 2004)

Comunicación interpersonal

El sistema interpersonal hace alusión a como nos comportamos, nuestra conciencia, el individuo y también como nos comportamos en sociedad, ya que al realizar una comunicación con uno o más individuos con el fin de adquirir, resolver o realizar cualquier acto comunicativo. En la sociedad existen jerarquías y con cada persona la comunicación será diferente, esto nos ayuda también a reconocer nuestra personalidad, porque debemos comportarnos según las leyes y normas morales de una sociedad. (Montensen, 1977)

2.3 Objetivos de la Estrategia (General y específicos)

Objetivo General

Realizar un manual de procesos que permita mejorar la comunicación interna en los procesos organizacionales de la empresa, incluyendo capacitaciones de su aplicación.

Objetivos específicos:

1. Redactar el manual que contendrá los procesos definidos con claridad.
2. Realizar capacitaciones del uso del manual de procesos.

2.4 Estrategia

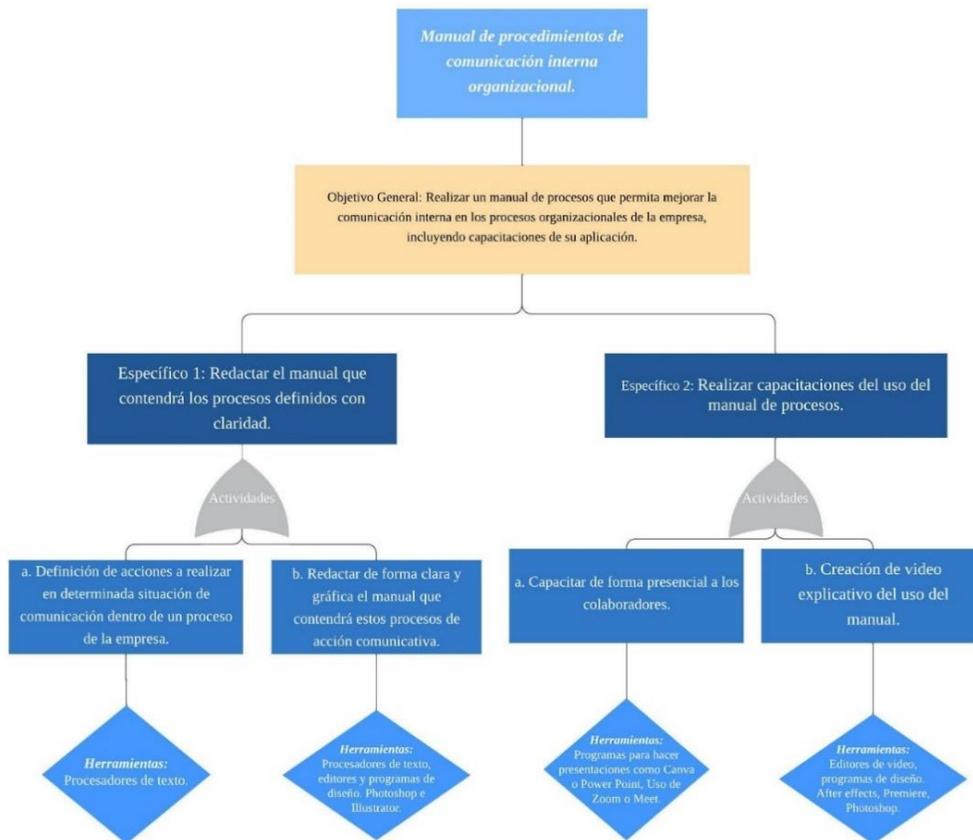
Una estrategia de comunicación permite establecer metas claras frente al análisis de problemáticas comunicacionales previamente concebidas en un proceso investigativo y que determinan metas y objetivos claros para dar soluciones concretas a lo establecido previamente (T., 2020)

1. Manual de procedimientos de comunicación interna organizacional.
2. Capacitaciones del personal.
3. Video explicativo e interactivo.

Explicado de mejor forma en la siguiente figura:

Ilustración 15

Árbol de procesos de ejecución de la estrategia



Fuente: Elaboración propia

2.5 Actividades o Acciones de la estrategia

Para llevar a cabo la estrategia se plantean las siguientes acciones:

- a. Redacción de forma clara y gráfica el manual que contendrá estos procesos de acción organizacional.
- b. Capacitaciones del personal para que sea claro el uso de este manual y su aplicación.

2.6 Público objetivo

Personal administrativo de la institución (personal académico, administrativo de colegios y de oficinas centrales). Hombres y mujeres de entre los 20 y 60 años de edad, de estudios universitarios o no, padres de familia, en su mayoría no usan mucho la tecnología.

2.7 Mensaje clave

- a. Se asertivo, reduce el tiempo explicando, incrementa el tiempo implementando.
- b. Vive la experiencia de comunicación CSS.

2.8 Indicadores de las acciones

Capacitación sobre el manual: por medio de listado de asistencia o con una prueba de conocimiento al final de la capacitación esto mediante un formulario.

Seguimiento del manual: Se puede observar y anotar el uso que los colaboradores le dan en cuanto al seguimiento del manual.

2.9 Recurso Humano

Personal del Departamento de Mercadeo y publicidad de la empresa.

2.10 Financiamiento y presupuesto

La empresa está dispuesta a incluir las actividades a realizar como parte de su programa de acción en cuanto a la mejora y la capacitación del personal. Es por ello que, mediante el departamento de Mercadeo, ejecutará los lineamientos dictados en este apartado.

Tabla 3
Presupuesto

Cantidad	Descripción	Costo unitario	Costo total
1	Creación de material del manual corporativo.	Q 0.00	Q 0.00
3	Videos para hacer la explicación del material.	Q 0.00	Q 0.00
4	Capacitaciones al personal	Q 0.00	Q 0.00

Fuente: Elaboración propia

2.11 Beneficiarios

Del proyecto se beneficia la institución Liceo de Computación CSS y sus colaboradores de forma directa. Estaría siendo un mínimo de 100 personas del área administrativa; de forma indirecta se benefician los clientes de la institución como padres de familia y usuarios como los alumnos además de los maestros. La estrategia estará abarcando únicamente al personal administrativo. La comunidad educativa de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y población de la Universidad en general, podrán tener acceso a un material de apoyo para la aplicación de manuales de comunicación en futuros proyectos.

2.12 Áreas Geográficas de Acción

Esta acción se llevará a cabo en las ubicaciones en las que se encuentran cada uno de los colegios y además oficinas centrales. Estas ubicaciones son: zonas 6, 7 y 18.

En su mayoría las capacitaciones por ejemplo se llevarían a cabo de forma virtual a través de reuniones de zoom.

2.13 Cuadro operativo de la estrategia

Tabla 4

Cuadro Operativo

Actividad o producto comunicacional	Objetivo Específico al cual obedece	Presupuesto	Recurso humano	Área Geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de Ejecución
1	Redactar el manual que contendrá los procesos definidos con claridad.	Q 0.00	Personal del departamento de Mercadeo	Oficinas centrales, zona 7 ciudad capital.	Personal administrativo y autoridades.	1-30 de junio
3	Realizar capacitaciones del uso del manual de procesos.	Q 0.00	Personal del departamento de Mercadeo	Esta acción se llevará a cabo en las ubicaciones en las que se encuentran cada uno de los colegios y además oficinas centrales. Estas ubicaciones son: zonas 6, 7 y 18.	Personal administrativo de oficinas centrales y sedes del colegio.	1 al 30 de julio
4	Capacitaciones al personal	Q 0.00	Personal del departamento de Mercadeo / psicóloga de la empresa	En forma virtual y presencial en Zoom y en las ubicaciones de zona 6, 7 y 18.	Personal administrativo de oficinas centrales y sedes del colegio.	5, 12, 19 y 26 de agosto.

Capítulo 3

3. Informe de ejecución

3.1 Acción 1: Ejecución del plan de Comunicación

Objetivo

1. Redactar el manual que contendrá los procesos definidos con claridad.

Medio utilizado

Se realiza por medio escrito impreso y digital el manual para que pueda ser difundido de forma física en las sedes y oficinas y además dentro de la institución se creó una divulgación de forma digital.

Presupuesto utilizado

Tabla 6

Presupuesto utilizado: Acción 1

Actividad	Costo
Planificación y preparación de material (15 horas)	Q3,00.00
Correcciones y adecuaciones	Q 150.00
Total	Q3,150.00

Resultados obtenidos

Se obtuvo un manual de apoyo que ha complacido a las autoridades, ya que sirve para reforzar las áreas que necesitan una mejora dentro de los procesos comunicativos de la empresa y estandariza la forma en que se realizan en determinada situación.

Evidencia del material (Fotografías, Capturas de pantalla, Imágenes, Links)

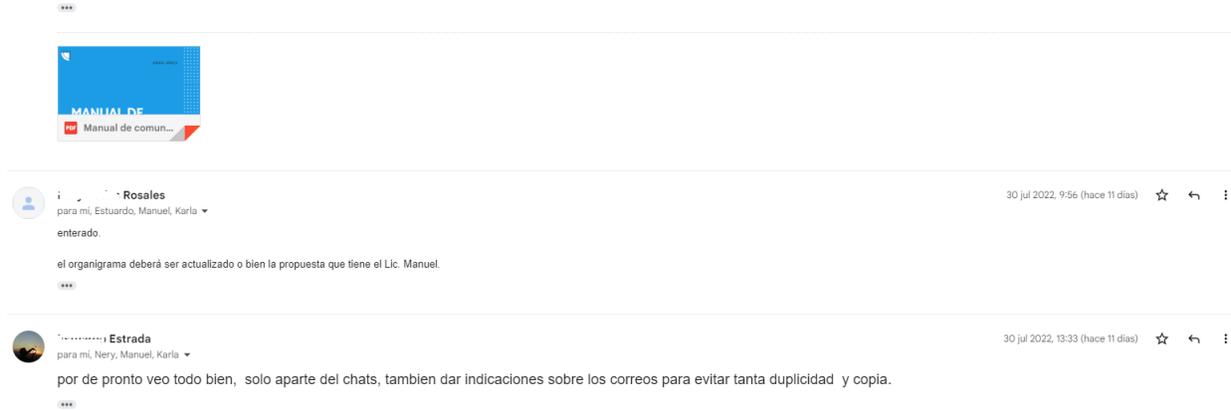
Ilustración 16

Portada de Manual



Ilustración 17

Correo de autorización de autoridades



3.2 Acción 2: Ejecución del plan de Comunicación

Objetivo

Realizar capacitaciones del uso del manual de procesos.

Medio utilizado

La capacitación se llevó a cabo de 2 formas:

1. Se realizó una de forma presencial al equipo de directores académico y administrativo de cada colegio. Esto con la finalidad de aportar el conocimiento de forma práctica y funcional y evitar las barreras o ruidos que pueden aparecer de forma virtual.
2. Se realizaron 3 capacitaciones virtuales para el resto del equipo administrativo y académico, ya como un refuerzo para la explicación que cada director daría a colaboradores.

Ilustración 18

Presupuesto utilizado: Acción 2

Actividad	Costo
Planificación (12 horas)	Q2,400.00
Ejecución 2 horas	Q 400.00
Total	Q2,800.00

Resultados obtenidos

Se logró estandarizar y sobre todo informar al equipo de colaboradores sobre los procesos a realizar, para así minimizar el mal uso o aplicación incorrecta de las directrices de comunicación que dictamina el manual en cuestión.

Evidencia del material (Fotografías, Capturas de pantalla, Imágenes, Links).

Ilustración 19

Fotografía (Prueba 1 de capacitaciones)



Ilustración 20

Fotografía (Prueba 2 de capacitaciones)

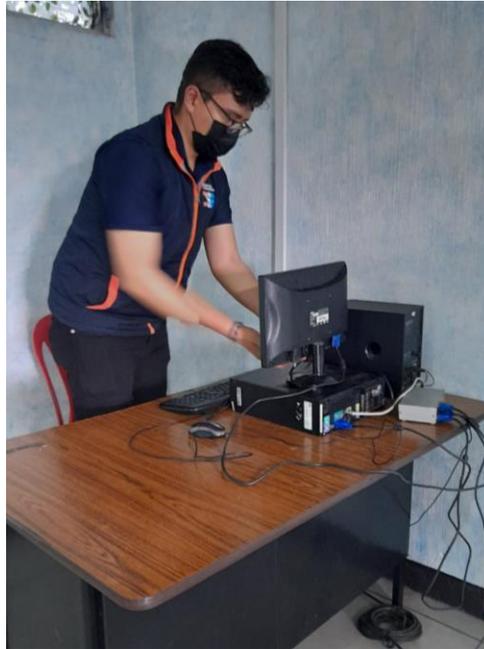


Ilustración 21

Fotografía (Prueba 3 de capacitaciones)



Ilustración 22

Fotografía (Prueba 4 de capacitaciones)



Conclusiones

- A través del manual presentado en Liceo de Computación CSS, y las capacitaciones brindadas a su personal, se espera que la comunicación y el proceso que interviene en ella, mejore un 90% con relación al estado anterior a la realización del presente proyecto. Se espera que esto también influya en los procesos organizacionales de la empresa.

- Una correcta aplicación de las directrices del manual, permitirá cumplir los objetivos comunicacionales de la empresa sin importar quien sea que lleva la acción a cabo. Es decir, que estará a través del tiempo y deberá ser ejecutada de forma permanente. Son los jefes de área o departamento los encargados de realizar esta inducción al personal de recién ingreso en la institución.

- El material audiovisual que fue realizado y utilizado como apoyo en la presentación del manual, permite de manera dinámica, visualizar, clarificar y afianzar los conceptos que contiene el documento. Además este material es una herramienta útil para compartir en futuras capacitaciones de personal nuevo en la empresa.

Recomendaciones

- El manual de comunicación organizacional es de suma importancia en las empresas, ya que es una guía de acción dentro de los procesos organizacionales, es por ello que se recomienda implementar dentro de toda institución.
- Seguir al pie de la letra las directrices que se estipulan en el manual de comunicación organizacional para tener el uso correcto de los distintos canales y medios de comunicación dentro de la empresa, pues esto mejorará el proceso de compartir información hacia el público exterior.
- La actualización constante en los procesos de comunicación se debe tomar en cuenta para no tener problemas en el cumplimiento de las tareas, ya que es importante para las empresas destinar los esfuerzos en una mejora constante.

Referencias Bibliográficas

- Aguado, J. M. (2004). *INTRODUCCIÓN A LAS TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN*. Murcia: Fenix.
- Cadenas, H. (2014). *Cultura y diferenciación de la sociedad: la cultura en la sociedad moderna*. Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/polis/v13n39/art12.pdf>
- Montensen, D. (1977). *La comunicación: El sistema interpersonal*. Ediciones Tres Tiempos.
- Sabino, C. (1992). *El proceso de investigación*. Carácas: Panapo.
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la investigación*. Ciudad de México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. .
- T., E. F. (2020). *ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN: DISEÑO, EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO*. REDIPE Red Iberoamericana de Pedagogía.
- Viggiano, N. V. (2009). *Lenguaje y Comunicación*. San José Costa Rica: Coordinación Educativa y Cultural Centroamericana.

Anexos

Carta de porcentaje de plagio



Guatemala 20 de octubre de 2022

A quien corresponda;

Por este medio se hace constar que se ejecutó un análisis de plagio al informe de EPS **Diagnóstico y Plan de comunicación interna en Liceo de computación CSS**, del grado de licenciatura perteneciente a: Farian Estuardo Ramos Pinto con número de DPI: 3001555060101 y el registro académico: 201503017.

El resultado al revisar el documento tuvo una coincidencia comparativa de 9%, cuyas similitudes están relacionadas con citas y referencias bibliográficas. Por lo tanto, el porcentaje que se obtuvo se desliga del plagio de información de otros autores.

Los resultados del informe de EPS se obtuvieron por medio de la plataforma Smallseotools y Plagiarism Scan Report, herramientas que escanean, comparan y detectan el plagio en distintas fuentes de internet.

Se extiende este documento como constancia de que el informe del Ejercicio Profesional Supervisado analizado, no contiene alteración alguna y se encuentra libre de plagio.

Farian Estuardo Ramos Pinto

DPI 3001555060101

Reporte de Plagio

Plagiarism Scan Report

Report Generated on: Oct 20,2022



ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN - Redipe [↗](#)

Las estrategias de comunicación permiten el desarrollo no solo profesional, sino también el personal, promoviendo y fortaleciendo las acciones para alcanzar las metas establecidas ...

<https://redipe.org/wp-content/uploads/2020/10/Libro-estrategias-de-comunicacion.pdf>

90%

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DISEÑO, EJECUCIÓN Y ...UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA ... [↗](#)

Una estrategia de comunicación permite establecer metas claras frente al análisis de problemáticas comunicacionales previamente concebidas en un proceso investigativo y que determinan metas y objetivos claros para dar soluciones

<https://docplayer.es/209105124-Estrategias-de-comunicacion-diseno-ejecucion-y-seguimiento.html>

100%

Modelos y teorías de la Comunicación - Universidad de Murcia [↗](#)

INTRODUCCIÓN A LAS TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN.

[https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20\(20\)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf](https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20(20)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf)

100%

Educación y realidad: introducción a la filosofía del aprendizaje Educación para la salud de los niños y de las niñas ... - CSUCA [↗](#)

San José Costa Rica: Coordinación Educativa y Cultural Centroamericana.

<https://catalogosiidca.csuca.org/Record/UJES.14219/Details>

100%

Hoja de registro de prácticas



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): Farian Estuardo Ramos Pinto
No. Carné y DPI: 201503017 - 3001555060101
Jefe o Encargado (a): Lcda. Karla Ortiz
Institución o Empresa: Liceo de Computación CSS
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: 8 / Al: 22	febrero	1						1	Solicitud de práctica y reunión con supervisor	
2	Del: 1 / Al: 12	Marzo	1	1	1	1	1	-	5	Diagnóstico: observación,	
3	Del: 14 / Al: 18	Marzo	3	3	3	3	3	-	15	Diagnóstico: entrevista, solicitud de información y de métricas	
4	Del: 1 / Al: 30	Abril	5	5	5	5	5	5	25	Se trabajo en la fase de diagnóstico y revisiones con asesor para entregar a supervisor	
5	Del: 1 / Al: 30	Mayo	5	5	5	5	5	5	25	Elaboración del plan de comunicación interna	
6	Del 6 / Al:6	Junio	x	x	x	1	x		x	1	Reunión con asesora y Encargada de mercadeo para presentación de diagnóstico

7	Del: 25 / Al: 30	Junio	3	3	3	3	3	5	20	Elaboración del plan de comunicación interna
8	Del: 1 / Al: 15	Julio	5	5	5	5	5	5	35	Elaboración de la acción 1: Manual de comunicación interna
9	Del: 16 / Al: 30	Julio	5	5	5	5	5	5	35	Elaboración de la acción 1: Manual de comunicación interna
10	Del: 1 / Al: 15	Agosto	7	7	7	7	7	5	40	Elaboración de la acción 1: Manual de comunicación interna y entrega de la misma con la empresa.
11	Del: 16 / Al: 30	Agosto	7	7	7	7	7	5	40	Elaboración de la acción 2: capacitación virtual.
12	Del: 1 / Al: 15	Sept	1	1	5	5	x	x	18	Ejecución de acción 2: Compartiendo con los distintos jefes de áreas el manual de comunicación en capacitaciones
	Del: 16 / Al: 30	Sept	5	5	5	4	5	6	30	Elaboración de acción 3: Video explicativo
	Del: 1 / Al: 5	Oct	3	2	2	2	1	x	10	Ejecución de Acción 3
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									300 hrs.	

(f)

Nombre/ firma y sello(a) o Encomendado



(f)

Nombre Supervisor – Supervisor EPSL

