

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**“Situación de la Comunicación Interna de la ONG denominada
Programas y Proyectos de Desarrollo Integral, PRODI”.**

**Trabajo de Tesis Presentado por:
César Alberto Matzer Rodríguez**

**Previo a optar al título de:
Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

**Asesor de Tesis:
Lic. César Augusto Paiz Fernández**

Guatemala, Agosto de 2012

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

DIRECTOR

Lic. Julio Estuardo Moreno Chilín

Consejo Directivo

REPRESENTANTES DOCENTES

Lic. Víctor Carillas
M.A. Amanda Ballina

REPRESENTANTE DE EGRESADOS

Lic. Johny Michel González

REPRESENTANTES DE ESTUDIANTILES

Jonathan Girón
Aníbal De León

SECRETARIA

M.A. Claudia Molina

TRIBUNAL EXAMINADOR

Lic. César Paiz – Presidente
M.A. Elías Barahona – Revisor
Licda. María Imelda González – Revisora
Lic. Miriam Yucuté – Examinadora
M.A. María del Rosario Estrada – Examinadora
M.A. Donaldo Vásquez - Suplente



Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 29 de abril de 2011
Dictamen aprobación 43-11
Comisión de Tesis

Estudiante

César Alberto Matzer Rodríguez

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante **Matzer**:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el inciso 1.10 del punto 1 del acta 05-2011 de sesión celebrada el 29 de abril de 2011 que literalmente dice:

1.10. Comisión de Tesis acuerda: A) Aprobar al (la) estudiante César Alberto Matzer Rodríguez, carné 9711238, el proyecto de tesis: SITUACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA ONG PROGRAMAS Y PROYECTOS DE DESARROLLO INTEGRAL -PRODI-. B) Nombrar como asesor a: Licenciado César Paiz.

Asimismo, se le recomienda tomar en consideración el artículo número 5 del REGLAMENTO PARA LA REALIZACIÓN DE TESIS, que literalmente dice:

...“se perderá la asesoría y deberá iniciar un nuevo trámite, cuando el estudiante decida cambiar de tema o tenga un año de haberse aprobado el proyecto de tesis y no haya concluido con la investigación.” (lo subrayado es propio).

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis





Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 30 de agosto de 2011

Comité Revisor/ NR

Ref. CT-Akmg 71-2011

Estudiante

César Alberto Matzer Rodríguez

Carné **9711238**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ciudad Universitaria, zona 12.

Estimado(a) estudiante **Matzer**:

De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que esta comisión nombró al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar sobre su tesis: **SITUACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA ONG PROGRAMAS Y PROYECTOS DE DESARROLLO INTEGRAL.**

Dicho comité debe rendir su dictamen en un plazo no mayor de 15 días calendario a partir de la fecha de recepción y está integrado por los siguientes profesionales:

Lic. César Paiz, presidente(a).

Licda. Imelda González, revisor(a).

M.A. Elías Barahona, revisor(a).

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS

M.A. Gustavo Bracamonte Cerón
Director ECC



M.A. Aracely Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: comité revisor. Adjunto fotocopia del informe final de tesis y boleta de evaluación respectiva.

Larissa Melgar
archivo.

AM/GB/Eunice S.



056-12

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

Guatemala, 24 de febrero de 2012
Tribunal Examinador de Tesis/N.R.
Ref. CT-Akmg- No. 41-2012

Estudiante

César Alberto Matzer Rodríguez

Carné **9711238**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Matzer**:

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título: **SITUACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA ONG DENOMINADA PROGRAMAS Y PROYECTOS DE DESARROLLO INTEGRAL, PRODI**, siendo ellos:

- Lic. César Paiz, presidente(a)
- M.A. Elías Barahona, revisor(a).
- Licda. María Imelda González, revisor(a)
- Lic. Miriam Yucuté, examinador(a).
- M.A. Maria del Rosario Estrada, examinador(a).
- M.A. Donaldo Vásquez, suplente.

Por lo anterior, apreciaremos se presente a la Secretaria del Edificio M-2 para que se le informe de su fecha de examen privado.

Deseándole éxitos en esta fase de su formación académica, nos suscribimos.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS



M.A. Aracelly Mérida
M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis

Lic. Julio E. Moreno O.
Lic. Julio E. Moreno O.
Director ECC



Copia: Larissa
Archivo
JEMCH/AM/IEunice S.



Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 26 de abril de 2012

Orden de Impresión/NR

Ref. CT-Akmg- No. 26-2012

Estudiante

César Alberto Matzer Rodríguez

Carné **9711238**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Matzer**:

Nos complace informarle que con base a la **autorización de informe final de tesis por asesor**, con el título SITUACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA ONG DENOMINADA PROGRAMAS Y PROYECTOS DE DESARROLLO INTEGRAL, PRODI, se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que entregue dos tesis y un cd en formato PDF en la Biblioteca central de esta universidad, seis tesis y dos cd's en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y diez tesis en la Secretaría de esta unidad académica ubicada en el 2º. nivel del Edificio M-2.

Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado(a) de esta Escuela, que cuenta con todas las calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


Lic. Julio E. Sebastián Ch.
Director ECC




M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: archivo
AM/JESCH/Eunice S.

**Para efectos legales únicamente el autor es
Responsable del contenido de este trabajo**

AGRADECIMIENTOS

- A DIOS:** Por permitirme recorrer el camino para llegar a este anhelado momento de mi vida, por darme fuerzas cuando más las he necesitado y por estar conmigo siempre y en todo momento.
- A MI MADRE:** Por su apoyo total e incondicional durante todos los días de mi vida, por ser ese ser maravilloso que alumbra mi camino, por creer en mi, por su paciencia, por sus enseñanzas, por ser una mujer de ejemplo en mi vida, alguien que me ha enseñado con hechos y acciones, y no con palabras; pero sobre todo por demostrarme que con fe, esmero, lucha y confianza todo se puede lograr.
- A MI HIJA:** Natalia María, por ser ese motor que mueve mi vida cada día, mi razón de lucha, dedicación y superación.
- A MI ASESOR:** César Paiz, gracias por su ejemplo, formación, apoyo y buen humor; desde los primeros años de mi carrera como estudiante hasta la culminación de este camino académico.
- A PRODI:** Por abrir sus puertas y permitirme realizar esta investigación en tan prestigiosa institución y, de ese forma demostrar el apoyo e interés hacia la formación y promoción de nuevos profesionales en nuestro país.

Índice

	Página
Resumen	
Introducción	
CAPÍTULO I	
Marco Conceptual	
1.1 Antecedentes	1
1.2 Justificación	10
1.3 Planteamiento del Problema	11
1.4 Delimitación	12
CAPÍTULO II	
Marco Teórico	
2.1 Aspectos Legales	13
2.2 Breve Historia de las ONG's	14
2.3 Organización No Gubernamental	15
2.4 Las ONG's en Guatemala	18
2.5 ¿Qué es PRODI?	21
2.6 Estructura Organizacional de Programas y Proyectos de Desarrollo Integral	24
2.7 Comunicación	25
2.8 Comunicación Externa	25
2.9 Teoría de la Comunicación Interna	26
2.10 Objetivos de la Comunicación Interna	27
2.11 Funciones de la Comunicación Interna	28
2.12 Tipos de Comunicación	28
2.12.1 Comunicación Formal	28

2.12.2 Comunicación Informal	29
2.12.3 Comunicación Descendente	29
2.12.4 Comunicación Ascendente	29
2.12.5 Comunicación Horizontal	30
2.12.6 Comunicación Transversal	30
2.12.7 Comunicación Circular	30
2.12.8 Comunicación Escrita	31
2.12.9 Verbal	31
2.12.10 No Verbal	31
2.13 Problemas de la Comunicación	32
2.13.1 Los Ruidos	32
2.13.2 Las Barreras	32
2.13.3 Los Rumores	33
2.14 Comunicación Organizacional	33
2.15 Necesidades de la Comunicación Organizacional	35
CAPÍTULO III	
Marco Metodológico	
3.1 Metodología de Investigación	36
3.2 Objetivos	36
3.2.1 Objetivo General	36
3.2.2 Objetivos Específicos	36
3.3 Técnica	36
3.4 Instrumentos	37
3.5 Universo	37
3.6 Muestra	37

CAPÍTULO IV

Presentación de Resultados

4. Gráficas e interpretación de resultados	38
4.1 FODA	55
Conclusiones	56
Recomendaciones	57
Bibliografía	58
Anexos	61

RESUMEN

UNIVERSIDAD: UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA.

UNIDAD ACADÉMICA: ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

TÍTULO: SITUACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA ONG DENOMINADA PROGRAMAS Y PROYECTOS DE DESARROLLO INTEGRAL, PRODI.

AUTOR: CÉSAR ALBERTO MATZER RODRÍGUEZ.

PROBLEMA INVESTIGADO: ¿CUÁL ES LA SITUACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA ONG PROGRAMAS Y PROYECTOS DE DESARROLLO INTEGRAL, PRODI?.

OBJETIVO GENERAL: ESTABLECER LA SITUACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DENTRO DE LA OFICINA DE PROGRAMAS Y PROYECTOS DE DESARROLLO INTERGRAL -PRODI-.

INSTRUMENTOS UTILIZADOS PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN: ENTREVISTA DIRECTA Y ENCUESTA ESCRITA.

INTRODUCCIÓN

En todas las organizaciones los procesos comunicativos son de vital importancia, independientemente del área de trabajo, campo o actividad, ya que gracias a la comunicación es posible coordinar las actividades entre ellas y dentro de ellas; la comunicación es el corazón de las organizaciones, puesto que constituye el medio para obtener la acción de todos sus colaboradores.

En el nuevo siglo se ha desarrollado una cultura de comunicación más amplia que en los últimos años del siglo XX, las universidades, empresas, sectores públicos y privados han desarrollado programas de comunicación interna que han beneficiado plenamente el desarrollo de las mismas. Para desarrollar esta cultura en los campos laborales el primer paso es realizar un diagnóstico, análisis o simplemente detectar o establecer la situación de la comunicación interna dentro de una organización, empresa, oficina o negocio.

La creación de medios modernos de comunicación como el internet y otros internos como la intranet, video conferencia, revista digital, revista interna impresa, convención anual, pizarra de anuncios, teléfono de información (Call Center), reuniones con la dirección y buzón de sugerencias, entre otras, se han vuelto una necesidad latente para el buen funcionamiento de los sistemas dentro de la organización, sus canales y vías de comunicación.

Detectar el tipo de comunicación interna dentro de los diferentes departamentos de la organización, es una de las incógnitas por despejar a través de algún tipo de análisis, diagnóstico o identificación de la situación. Para este tipo de análisis situacional, los comunicadores sociales han desarrollado instrumentos y herramientas específicas que detectan los canales, las vías, las barreras, los ruidos e incluso el clima organizacional de la empresa, organización o negocio que necesite conocer su situación interna comunicacional.

Ninguna organización se escapa de formar parte de esta línea de comunicación, es por ello que entidades que se dedican al desarrollo integral de un país deben de realizar este tipo de estudio.

Programas y Proyectos de Desarrollo Integral -PRODI- es una ONG guatemalteca que aún no había ejecutado esta sana práctica, es por ello que se propuso la realización de la misma, la cual fue inmediatamente aceptada por la Dirección Ejecutiva de esa institución.

En este documento se exponen los resultados del análisis de la situación interna de la comunicación de esta organización, así como, los hallazgos encontrados en el desarrollo de este trabajo investigativo.

El Capítulo I expone el origen de la necesidad de la comunicación interna y su surgimiento en las empresas actuales. También presenta algunos estudios de investigación concernientes al tema de la comunicación interna y que han sido realizados en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, así como un breve historial de programas y proyectos ejecutados en los últimos 4 años por PRODI, y finalmente la justificación, planteamiento del problema, las delimitaciones y alcances que sirvieron de base para que esta investigación fuera realizada.

En el II Capítulo, se presenta teóricamente algunos conceptos comunicacionales, tanto desde el punto de vista interno organizacional así como tipos de comunicación que cotidianamente los seres humanos ponemos en práctica, breve historia de los orígenes y aspectos legales de las ONG'S, sus tipos, divisiones y dimensiones que esta forma de organización desarrolla en el ámbito social, también encontramos en este capítulo información general de Programas y Proyectos de Desarrollo Integral –PRODI-, su organigrama institucional, visión, misión y generalidades de interés al lector.

En el Capítulo III se puede observar la metodología que fue utilizada para el desarrollo de esta investigación, así como los pasos claves que hicieron posible la misma. La presentación de objetivos, tanto generales como específicos, la técnica utilizada, los instrumentos que recabaron la información, el universo y la muestra, son parte de este tercer capítulo.

Y por último se presenta el Capítulo IV; en este se presenta los resultados de la investigación de una forma estadística, graficada e interpretada para facilidad del lector, se incluye las conclusiones y recomendaciones que el investigador detectó y sugirió al concluir la misma, así como las referencias bibliográficas y los anexos que complementan este documento.

CAPITULO I

MARCO CONCEPTUAL

1.1 Antecedentes

En el marco de la comunicación interna así como en el de las ONG's existen precedentes. Durante la búsqueda bibliográfica se pudieron localizar los siguientes:

INFORPRESS, es una institución española que realizó un estudio en donde se puede observar el desarrollo de la comunicación interna dentro de las empresas de ese país en un margen de siete años, iniciando el primer estudio en el año de 1992 y posteriormente en 1999, el cual expone un incremento de este tipo de comunicación considerablemente.

Esta empresa especializada en comunicación interna, comunicación financiera y relaciones públicas, inició una serie de estudios sobre la comunicación empresarial en ese país. Sus resultados son significativos e importantes ya que están extraídos de una muestra de 259 empresas pertenecientes a distintos sectores.

En un estudio realizado en 1992, el 92 por ciento de las empresas encuestadas cuentan con un responsable de comunicación social en sus organigramas. Cuya denominación más aceptada es la de Directora de Comunicación (35 por ciento), con una dependencia directa de los máximos responsables de la empresa, alcanzando el 74 por ciento entre los que declaran depender del presidente (22 por ciento), el Consejero delegado (16 por ciento) y el Director general (36 por ciento). Estudios como este constatan la importancia que las empresas reconocen a la comunicación y el hecho de que, cada día más, esté considerada una herramienta estratégica de gestión.

En Mayo de 1999, presentaron la investigación "Estudio sobre la comunicación interna en las empresas españolas", realizado en cooperación con la revista *Capital Humano*. Aunque la muestra estudiada es menor a las anteriores, aporta datos interesantes sobre cuestiones específicas de comunicación interna.

La mayoría de las empresas entrevistadas (93 por ciento) consideran a la comunicación interna como un elemento estratégico; sin embargo, sólo el 56 por ciento de las mismas tienen un departamento de comunicación interna, lo que representa que existen empresas que establecen

diferencias significativas entre la comunicación interna y externa si comparamos con el grado de implantación del responsable de Comunicación (92 por ciento) del estudio anterior. De hecho, el estudio nos muestra que la asignación de responsabilidad de la comunicación interna es muy diversa. Esta función se encuentra muy dividida entre el Departamento de Comunicación y el de Recursos Humanos (Director de Comunicación, 35 por ciento; Director de Recursos Humanos, 25 por ciento; Director de Comunicación Interna, 18 por ciento).

Otro aspecto importante que incide negativamente en el desarrollo correcto e implementación de la comunicación interna es el presupuesto que se le asigna, ya que según este estudio existen diferentes criterios sobre las partidas que se deben incluir, creando diferencias importantes que llegan a plantear insuficiencias en algunos casos, es por ello que la comunicación interna en las empresas de hoy en día no se desarrolla de una manera efectiva, sabiendo de por sí que es clave para el desarrollo y buen funcionamiento de la productividad de la organización, ya que esta incide en un 100 por ciento en los trabajadores de la empresa. (Checa Godoy, 2008)

La importancia de la comunicación interna no es la excepción en Guatemala, a continuación nombraremos algunos estudios de investigación (tesis de grado) que se han desarrollado en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala en los últimos años:

La investigación del licenciado en comunicación social Royson Elicerio Hernández Morales busca el mismo fin que la investigación presente, la cual titula: La Comunicación Organizacional Interna en una Empresa de Servicio Aduanero en la ciudad de Guatemala, en esta describe la importancia de la comunicación interna así como los objetivos de la misma.

También es importante recalcar el trabajo de la licenciada Rosaura Maribel Ramírez Rodríguez en el año 2007, quien en su tesis de graduación titula: “Propuesta de una estrategia Comunicacional Interna y Externa para crearle una imagen Institucional Al Museo Nacional de Arqueología y Etnología”, en esta investigación se busca la realización de una estrategia de comunicación interna, en donde se desarrollan temas como la organización y las formas de comunicación interna dentro de la institución.

Por la similitud de institución al momento de realizar la investigación también se detectó el proyecto de tesis de la licenciada Brenda del Rosario Cruz Herrera, quien en el año 2010 realizó la

investigación titulada: “Propuesta de Comunicación para la Asociación Solidarista de Compañía Distribuidora, S.A. y Empresas Anexas (ASDECO), ella propone una estrategia de comunicación para dicha empresa, la esencia de este proyecto es la comunicación interna, así como algunos de sus elementos, la armonía entre empleados y empresa, la gestión propia y el fomento del desarrollo cultural, económico y social de los asociados a ASDECO.

También es importante nombrar el trabajo de la licenciada Silvia Hurtarte Pinto, quien desarrolló la tesis llamada: “Diagnóstico de la comunicación interna de una entidad financiera”. Escrita en el 2006, en la cual describe como identificar las situación de la comunicación dentro de una institución dedicada a las finanzas, teniendo como partida los principios básicos de la comunicación organizacional e interna.

Los párrafos anteriores son los antecedentes que luego de una ardua y minuciosa búsqueda bibliográfica convencieron de ser los más adecuados para esta investigación.

Programas y Proyectos de Desarrollo Integral, PRODI.

Programas y Proyectos de Desarrollo Integral, PRODI es una institución que Inicia labores en el año de 1989 y se constituye de forma legal el 23 de septiembre de 1991, el nombre legal es Rodríguez & Aragón, Sociedad Civil No Lucrativa, su razón social es: Programas y Proyectos de Desarrollo Integral PRODI. Se registra en la Municipalidad de Chimaltenango, Guatemala, bajo la Partida: 32 Folio: 30 a 37 Libro: 4 de Personas jurídicas, fecha de inscripción: 21 de septiembre de 1991.

A continuación se presentan los proyectos ejecutados en los últimos cuatro años:

Descripción de Programas y Proyectos Desarrollados en los Últimos 4 años

Institución Contratante – Año - Proyecto	Cobertura
<p>Unión Europea- 2010 Programa Conozco y Expreso Mis Derechos, programa que desarrolla habilidades y destrezas en la niñez, juventud y población adulta del área rural del departamento de Chimaltenango, para conocer y expresar sus derechos ante la población adulta (familia, comunidad, escuelas y autoridades locales), para que éstos sean reconocidos y respetados.</p> <p>Contempla cuatro líneas de acción, desde la formación, expresión, elaboración de planes de desarrollo con la participación de la niñez, juventud y la mujer, para influir en la toma de decisiones de los Gobiernos Locales. Propuestas de desarrollo local que afectan los indicadores de calidad de vida de poblaciones altamente vulnerables. Eje transversal: Género e Interculturalidad.</p>	<p>60 comunidades de cuatro municipios, Patzún, Patzicía, San Juan Comalapa y Tecpán Guatemala.</p> <p>Población adulta: 15,000 Población infantil: 4,500 Agentes educativos: 600 Gobiernos Locales: 90</p>
<p>Plan Internacional - 2010 Programa de Calidad Educativa</p> <p>Programa de calidad educativa con enfoque desarrollo en componentes de agua, saneamiento e higiene escolar en escuelas con aulas multigrado del nivel de educación primaria, con énfasis en el desarrollo profesional de directores y docentes, para elevar la calidad educativa en los procesos de aprendizaje de los niños y las niñas, por medio de la aplicación de la metodología activa.</p> <p>Sensibilizar a los adultos (padres y madres de familia) de las necesidades educativas y sociales de los niños y las niñas. Eje transversal: Género e Interculturalidad.</p>	<p>15 comunidades del municipio de San Pedro Carchá, departamento de Alta Verapaz que beneficia directamente a 75 docentes de primaria, 42 docentes de preprimaria, 378 niños y niñas de nivel infantil y 2,677 niños y niñas del nivel primario.</p> <p>Población adulta beneficiada: 9,000</p>

Institución Contratante – Año - Proyecto	Cobertura
<p>Plan Internacional - 2010 Programa de Calidad Educativa</p> <p>Desarrollar un programa de formación educativa para docentes y autoridades en los niveles de preprimaria y primaria, atendiendo 65 comunidades, programa de capacitación, visita domiciliar, monitoreo, involucramiento de madres y padres de familia, atención y seguimiento a las Juntas Educativas a nivel local. Capacitación a directores y docentes del nivel primario y autoridades educativas. Desarrollo de estrategias para incidir en la participación y protagonismo de la niñez rural. Dotación de materiales y recursos a los docentes de los niveles preprimario y primario y a estudiantes, así como a las autoridades educativas.</p>	<p>65 comunidades del municipio de San Pedro Carchá, departamento de Alta Verapaz que beneficia directamente a 172 docentes de primaria, 42 docentes de preprimaria, 1543 niños y niñas de nivel infantil y 5798 niños y niñas del nivel primario. Población adulta: 12,000</p>
<p>Plan Internacional - 2010 Programa de Calidad Educativa</p> <p>Desarrollar un programa de formación educativa para docentes y autoridades en los niveles de preprimaria y primaria, atendiendo a 84 comunidades, programa de capacitación, visita domiciliar, monitoreo, involucramiento de madres y padres de familia, atención y seguimiento a las Juntas Educativas a nivel local. Capacitación a directores y docentes del nivel primario y autoridades educativas.</p> <p>Desarrollo de estrategias para incidir en la participación y protagonismo de la niñez rural. Dotación de materiales y recursos a los docentes de los niveles preprimario y primario y a estudiantes, así como a las autoridades educativas.</p>	<p>84 comunidades de los municipios de Los Amates y Morales, departamento de Izabal que beneficia directamente a 334 docentes de primaria, 77 docentes de preprimaria, 48 voluntarias, 1977 niños y niñas de nivel infantil y 7409 niños y niñas del nivel primario. Población adulta: 20,000</p>
<p>Plan Internacional - 2009 Programa de Calidad Educativa</p> <p>Desarrollar un programa de formación educativa para docentes y autoridades en los niveles de preprimaria y primaria, atendiendo 55 comunidades, programa de capacitación, visita domiciliar, monitoreo, involucramiento de madres y padres de familia, atención y seguimiento a las Juntas Educativas a nivel local. Capacitación a directores y docentes del nivel primario y autoridades educativas.</p> <p>Desarrollo de estrategias para incidir en la participación y protagonismo de la niñez rural. Dotación de materiales y recursos a los docentes de los niveles preprimario y primario y a estudiantes, así como a las autoridades educativas.</p>	<p>55 comunidades del municipio de San Pedro Carchá, departamento de Alta Verapaz que beneficia directamente a 172 docentes de primaria, 42 docentes de preprimaria, 1543 niños y niñas de nivel infantil y 5798 niños y niñas del nivel primario. población adulta: 18,000</p>

Institución Contratante – Año - Proyecto	Cobertura
<p>Plan Internacional - 2009 Programa de Calidad Educativa</p> <p>Desarrollar un programa de formación educativa para docentes y autoridades en los niveles de preprimaria y primaria, atendiendo a 84 comunidades, programa de capacitación, visita domiciliar, monitoreo, involucramiento de madres y padres de familia, atención y seguimiento a las Juntas Educativas a nivel local. Capacitación a directores y docentes del nivel primario y autoridades educativas.</p> <p>Desarrollo de estrategias para incidir en la participación y protagonismo de la niñez rural. Dotación de materiales y recursos a los docentes de los niveles preprimario y primario y a estudiantes, así como a las autoridades educativas.</p>	<p>84 comunidades de los municipios de Los Amates y Morales, departamento de Izabal que beneficia directamente a 334 docentes de primaria, 77 docentes de preprimaria, 48 voluntarias, 1977 niños y niñas de nivel infantil y 7409 niños y niñas del nivel primario. población adulta: 20,000</p>
<p>Plan Internacional - 2009 Programa de Calidad Educativa</p> <p>Programa de calidad educativa con enfoque desarrollo en componentes de agua, saneamiento e higiene escolar en escuelas con aulas multigrado del nivel de educación primaria, con énfasis en el desarrollo profesional de directores y docentes, para elevar la calidad educativa en los procesos de aprendizaje de los niños y las niñas, por medio de la aplicación de la metodología activa.</p> <p>Sensibilizar a los adultos (padres y madres de familia) de las necesidades educativas y sociales de los niños y las niñas. Eje transversal: Género e Interculturalidad</p>	<p>20 comunidades del municipio de San Pedro Carchá, departamento de Alta Verapaz que beneficia directamente a 75 docentes de primaria, 42 docentes de preprimaria, 378 niños y niñas de nivel infantil y 2,677 niños y niñas del nivel primario. Población adulta: 9,500</p>
<p>SHARE de Guatemala - 2009 Programa Educativo SHARE Guatemala</p> <p>Capacitación a docentes en el manejo de los Gobiernos Escolares del municipio de San Martín Jilotepeque. Desarrollo de talleres para transmitir experiencia en la organización y su proyección para lograr la gestión educativa con la participación de niños y niñas.</p> <p>Capacitación al personal técnico de campo en la metodología ERCA, especialmente para impulsar programas de desarrollo para la mujer con énfasis en proyectos productivos y manejo de crédito.</p>	<p>20 comunidades de San Martín Jilotepeque, Chimaltenango.</p> <p>Personal técnico de campo para el desarrollo de programas productivos y manejo de créditos.</p>
<p>Ministerio de Educación Dirección de Adquisiciones y Contrataciones-2008 Programa de Mejoramiento a la Escuela Multigrado Diseño y elaboración de un manual para el monitoreo y asistencia técnica a docentes de escuelas multigrado para ser aplicado por los equipos de</p>	<p>Ámbito nacional</p>

Institución Contratante – Año - Proyecto	Cobertura
<p>Supervisores y CTA's de las Direcciones Departamentales de Educación, en el marco de lo establecido en el Currículo Nacional Base del nivel de educación primaria y los Estándares Educativos, específicamente para ser utilizado en las escuelas unitarias y multigrado del sistema educativo nacional.</p>	
<p>Plan Internacional – 2006-2008 Programa de Calidad en el Aprendizaje</p> <p>Fortalecer el proceso de formación permanente de los docentes para aplicar metodología activa en las escuelas por medio de capacitaciones previamente planificadas y programadas.</p> <p>Apoyar en la dotación de materiales de apoyo a docentes de las escuelas. Sistematizar la experiencia de las escuelas multigrado, para la elaboración de materiales de apoyo de la metodología activa.</p> <p>Sensibilizar a los adultos (padres y madres de familia) de las necesidades educativas y sociales de los niños y las niñas. Involucrar al proceso de la formación del niño y la niña a personas de la comunidad. Eje transversal Género e Interculturalidad.</p>	<p>65 comunidades del departamento de Alta Verapaz, 15 comunidades del departamento de Escuintla y 23 comunidades del departamento de Santa Rosa. Atención de aproximadamente 12,964 niños y niñas del nivel primario, 1543 niños y niñas del nivel infantil, 426 docentes del nivel primario, 41 docentes del nivel preprimario, 73 mujeres voluntarias Población adulta: 15,000</p>
<p>Secretaría de las Obras Sociales de la Esposa del Presidente de la República / Comité Central de Acción Social CCAS SOSEP Directo - 2008 Programa Creciendo Bien</p> <p>Desarrollo del Programa Creciendo Bien de la Secretaria de Obras Sociales de la Esposa del Presidente –SOSEP- en los departamentos de Chimaltenango y Sacatepéquez.</p> <p>Normar, capacitar monitorear, supervisar y evaluar la ejecución del proyecto de autogestión para la promoción de seguridad alimentaria nutricional en grupos específicos, obtener el insumo y la asesoría técnica para la implementación de las actividades productivas. Se utilizan los manuales elaborados por la SOSEP y la metodología participativa desarrollada por el Banco Mundial.</p> <p>Desarrollo de programas de salud, nutrición, talla – peso, programas productivos, procesos de formación de madres cuidadoras, autoestima, vida ciudadana y otros.</p>	<p>Atención a 88 comunidades, 1,500 padres y madres de familia, cobertura de más de 3,700 niños y niñas de 0 a tres 3 años.</p> <p>450 grupos de mujeres organizadas para la atención de programas productivos.</p>

Institución Contratante – Año - Proyecto	Cobertura
<p>Secretaría de las Obras Sociales de la Esposa del Presidente de la República / Comité Central de Acción Social CCAS SOSEP-ONG's - 2007 Programa Creciendo Bien Desarrollo del Programa Creciendo Bien. Normar, capacitar, monitorear, supervisar y evaluar la ejecución del proyecto de autogestión para la promoción de seguridad alimentaria nutricional en grupos específicos.</p> <p>Desarrollo de programas de salud, nutrición, talla – peso, programas productivos, procesos de formación de madres cuidadoras, autoestima, vida ciudadana y otros.</p>	<p>Atención a 88 comunidades, 1,500 padres y madres de familia, cobertura de más de 3,700 niños y niñas de cero a tres años.</p> <p>450 grupos de mujeres organizadas para la atención de programas productivos.</p>
<p>PNUD Ministerio de Educación DIGEPA - 2007 Programas de DIGEPA Desarrollo, seguimiento, ejecución y monitoreo de las Juntas Escolares y los Comités Educativos COEDUCA's en el departamento de Chimaltenango y Sacatepéquez.</p> <p>Monitoreo, visita a escuela, capacitación a directivos de los Comités en temas de participación, organización, administración financiera, administración educativa, manejo de cuentas, autogestión, desarrollo de programas y proyectos, entrega de insumos educativos, desarrollo de aplicación de instrumentos de monitoreo y reuniones de seguimiento de las gestiones educativas de los comités educativos y las Juntas Escolares.</p>	<p>Desarrollo de dos Programas:</p> <p>Chimaltenango: Juntas Escolares: 387 COEDUCAS: 96 población infantil atendida: 450,000 estudiantes</p> <p>Sacatepéquez: Juntas Escolares: 109 COEDUCA's: 4 población infantil atendida: 300,000 estudiantes</p>
<p>Ministerio de Educación a través del Proyecto Universalización de la Educación Básica - BIRF 7052 GU 2007 Programa de Mejoramiento de las Escuelas Multigrado Diseñar un modelo e instrumentos de acompañamiento, monitoreo y asesoría técnica a las escuelas multigrado, para ser aplicado por el personal técnico de las ISES, de la DIGEBI, DICADE, PRONADE, Direcciones Departamentales de Educación y personal de la supervisión educativa.</p> <p>Capacitar a técnicos del sistema regular incluyendo personal con funciones de supervisión, coordinadores UDE y JEDEBI y OTEBI técnicos del PRONADE en la aplicación del modelo pedagógico multigrado con metodología activa y enfoque bilingüe.</p> <p>Capacitar a docentes de las escuelas multigrado escuelas monolingües</p>	<p>Personas beneficiadas directamente de la capacitación: 1061 técnicos (724 del sistema regular 337 técnicos del PRONADE), 23,594) docentes de las escuelas multigrado (7,064 escuelas monolingües y 2,402 de escuelas bilingües, PRONADE) y 14,128 en la aplicación del modelo pedagógico multigrado con metodología activa y enfoque</p>

Institución Contratante – Año - Proyecto	Cobertura
<p>escuelas bilingües en la aplicación del modelo pedagógico multigrado con metodología activa y enfoque bilingüe.</p>	<p>bilingüe.</p>
<p>Plan Internacional – 2006-2008 Programa de Calidad en el Aprendizaje Fortalecer el proceso de formación permanente de los docentes para aplicar metodología activa en las escuelas por medio de capacitaciones previamente planificadas y programadas. Temas desarrollados con énfasis en el modelo de escuela multigrado. Apoyar en la dotación de materiales de apoyo a docentes de las escuelas. Sistematizar la experiencia de las escuelas multigrado, para la elaboración de materiales de apoyo de la metodología activa. Sensibilizar a los adultos (padres y madres de familia) de las necesidades educativas y sociales de los niños y las niñas. Involucrar al proceso de la formación del niño y la niña a personas de la comunidad.</p>	<p>65 comunidades del departamento de Alta Verapaz, 15 comunidades del departamento de Escuintla y 23 comunidades del departamento de Santa Rosa Atención de aproximadamente 12,964 niños y niñas del nivel primario, 1543 niños y niñas del nivel infantil, 426 docentes del nivel primario, 41 docentes del nivel preprimario, 73 mujeres voluntarias que tienen a su cargo los centros de estimulación oportuna.</p>
<p>Fundación para el Desarrollo Académica de la Universidad Nacional de Costa Rica – 2007 Programas de Investigación de la Dirección de Educación Rural, Universidad de Costa Rica. Desarrollo de investigaciones educativas en el enfoque de las escuelas unitarias y multigrado de Guatemala, estudio integrado a América Central. Análisis del enfoque de atención a las escuelas unitarias y multigrado. Estudio de casos de 4 escuelas. Elaboración del informe de la investigación Desarrollo de diálogos focales, entrevistas a profundidad, diagnósticos de escuelas.</p>	<p>Este proyecto se trabajó a nivel regional y participaron los países Nicaragua, Costa Rica, Honduras y Guatemala.</p>

Fuente: Programas y Proyectos de Desarrollo Integral.

1.2 Justificación

Programas y Proyectos de Desarrollo Integral –PRODI- es una institución privada, no lucrativa, que trabaja en la educación y en la investigación en varios departamentos de Guatemala, con el fin de generar el desarrollo integral en las comunidades del área rural, en el año 2011 tiene presencia en los departamentos de Alta Verapaz, Chimaltenango, Jalapa, Chiquimula y Quiché, desarrolla metodologías activas y participativas con un proceso intercultural que logra la paz por medio de la convivencia democrática.

Como Organización No Gubernamental -ONG-, PRODI desarrolla programas y proyectos por medio de gestiones propias que generan financiamiento para los mismos.

Por lo tanto, como un apoyo a la labor prestada, surge la necesidad, inquietud y apoyo de detectar la situación interna de comunicación dentro de la oficina de esta institución, teniendo en cuenta que hoy por hoy la necesidad de realizar análisis comunicacionales es fundamental para el buen desarrollo de las actividades administrativas y de campo, especialmente desde un punto de vista interno organizacional.

En una entrevista previa con la Directora Ejecutiva de **PRODI** se afirmó la necesidad de detectar la situación de la comunicación interna de la institución, esto por medio de un análisis interno comunicacional, el cual podría facilitar los procesos de trabajo.

Es por ello que este ejercicio fue de beneficio total para la institución, ya que de esta forma se detectaron los ruidos y barreras que afectan el flujo de comunicación interna dentro de esta empresa dedicada al desarrollo rural guatemalteco.

1.3 Planteamiento del Problema

En la organización de hoy es necesario conocer los canales de comunicación interna, la efectividad de los mismos y el uso correcto de cada uno. Es por ello que muchas empresas se han dado a la tarea de realizar análisis internos, con el fin de crear una armonía laboral para que esta, motive y facilite la comunicación dentro de los mismos empleados de la compañía, empresa, u oficina.

Uno de los factores que inciden con mayor fuerza para favorecer o impedir el cambio organizacional es la comunicación. La credibilidad que la empresa tenga ante sus colaboradores, y el flujo eficiente de información a través de los canales, son verdaderos motores para acelerar los procesos de cambio organizacional, paralelamente la deficiente comunicación en la empresa provoca confusión, por lo que la gente no actúa en la dirección esperada y, en consecuencia, los procesos de cambio se prolongan.

La carencia de medios internos dentro de la empresa para hacer llegar a sus colaboradores la información es cada día más evidente y a la vez desconcertante para el personal institucional, o al contrario, pueden haber canales internos de comunicación pero estos pueden estar saturados de información intrascendente que no interesa o que es obsoleta a los colaboradores, creando un fenómeno de desconcierto y de poco interés dentro de la empresa.

Es por eso que informar sobre lo que ocurre dentro de la empresa, motivar y establecer una línea de comunicación eficaz entre los empleados, la dirección y los diferentes departamentos de la compañía son algunos de los objetivos que persigue la comunicación interna. Además, no debemos olvidar que la comunicación interna ayuda a reducir la incertidumbre y a prevenir el temido rumor, un elemento muy peligroso para las compañías.

Precisamente por lo descrito anteriormente esta investigación se dio a la tarea de conocer: **“¿Cuál es la situación de la comunicación interna de la ONG denominada Programas y Proyectos de Desarrollo Integral, PRODI?**

1.4 Delimitación

Ámbito Institucional

La detección de la situación de comunicación interna se realizó en La ONG denominada **Programas y Proyectos de Desarrollo Integral –PRODI-**.

Ámbito Geográfico

La investigación se realizó en la sede central de PRODI, situada en la 9na. Calle 5-64 zona 1, Quintas los Aposentos I, Chimaltenango, Guatemala.

Ámbito Temporal

La investigación se realizó durante ocho meses; de febrero a septiembre de 2011.

Límite Poblacional

La investigación se realizó con la junta directiva, personal administrativo y personal campo de PRODI.

CAPITULO II
MARCO TEÓRICO

2.1 Aspectos Legales

El decreto 2-2003, el cual rige la “Ley de organizaciones no gubernamentales para el desarrollo”, en sus primeros cuatro artículos resume el objeto, la naturaleza, las finalidades y los tipos de ONG’s que legalmente pueden conformarse dentro de la república guatemalteca.

(Ley de Organizaciones no Gubernamentales para el Desarrollo, Centro Nacional de Análisis y Documentación Judicial, Organismo Judicial, Guatemala C.A., 2003: p. 2)

Decreto 2-2003
LEY DE ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES PARA EL
DESARROLLO

CAPITULO I
DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO 1. Objeto. La presente Ley tiene por objeto normar la constitución y funcionamiento de las Organizaciones No Gubernamentales u ONG’s. El Estado facilitará su inscripción y registros correspondientes y ejercerá su fiscalización de conformidad con la Constitución Política y leyes de la República.

ARTICULO 2. Naturaleza. Son Organizaciones No Gubernamentales u ONG’s las constituidas con intereses culturales, educativos, deportivos, con servicio social, de asistencia, beneficencia, promoción y desarrollo económico y social, sin fines de lucro. Tendrán patrimonio propio proveniente de recursos nacionales o internacionales, y personalidad jurídica propia, distinta de la de sus asociados, al momento de ser inscrita como tales en el Registro Civil Municipal correspondiente. Su organización y funcionamiento se rige por estatutos las disposiciones de la presente Ley, y demás disposiciones jurídicas de carácter ordinario

ARTICULO 3. Finalidades. Las finalidades de la asociación deberán establecerse en su constitución como ONG, pero en ella deberán incluirse entre otras:

- a) Ser asociación sin fines de lucro y de beneficio social.
- b) Promover políticas de desarrollo de carácter social, económico, cultural y de ambiente.

ARTICULO 4. Tipos de Organizaciones No Gubernamentales. Las Organizaciones No Gubernamentales podrán estar constituidas como asociaciones civiles, fundaciones u ONG propiamente dicha, constituida bajo el amparo de la presente Ley.

2.2 Breve Historia de las ONG's

(Universia, 2011, <http://solidaridad.universia.es/informacion/historiaongs.htm>) Las Organizaciones No Gubernamentales (ONG's) han estado presentes en los asuntos internacionales desde la segunda mitad del siglo XIX. En 1840 se reunió la Convención Mundial contra la Esclavitud que provocó la movilización internacional para acabar con el comercio de esclavos.

Ahora las ONG's se ocupan de una gran variedad de cuestiones y causas: el intercambio científico, la religión, la ayuda de emergencia y los asuntos humanitarios. Las Juntas Pugwash sobre Ciencia y Asuntos Mundiales, el movimiento internacional de los Boy Scouts, la Ayuda Cristiana y la Cruz Roja Internacional son algunos ejemplos de este fenómeno en crecimiento. Si en 1909 había unas 200 ONG's internacionales registradas, a mediados de 1990, favorecidas por el rápido desarrollo de las comunicaciones globales, había bastante más de 2000. Las ONG's tienen ahora un papel más oficial que nunca en cuerpos internacionales como las Naciones Unidas (ONU), la Organización para la Seguridad y el Desarrollo y la Unión Europea. El artículo 71 de la Carta de las Naciones Unidas encarga al Consejo Económico y Social de la ONU (ECOSOC) que "adopte las medidas necesarias para la consulta con las organizaciones no gubernamentales". Las ONG's son militantes, efectivas y disponen de un amplio apoyo económico. Su actividad permite los contactos y los acuerdos transfronterizos sin que los gobiernos se vean involucrados. Son aceptadas como parte de las relaciones internacionales y, al influir sobre las políticas nacionales y multilaterales, adquieren cada vez un mayor protagonismo. Sin embargo, también han recibido algunas críticas en ocasiones acusándolas de estrechez de miras y de contabilidades poco claras.

En España y América Latina el desarrollo de las ONG's en la última década ha sido espectacular. En España su insistencia y el apoyo de la opinión pública han obligado al Estado y a los gobiernos regionales (Comunidades autónomas) y locales (Ayuntamientos y Diputaciones) a prometer un aumento hasta el 0,7 por ciento de sus presupuestos, en las ayudas y el apoyo que prestan a estas organizaciones. Gracias a esos recursos las ONG's españolas y sus contrapartes en los países de América Latina pueden desarrollar amplios programas de cooperación al desarrollo, la sanidad, la educación y el bienestar, que suelen ser tanto de carácter bilateral como realizados mediante el acuerdo y la participación de ONG's procedentes de diversos países.

2.3 Organización No Gubernamental

(Perfil de las organizaciones no gubernamentales en Guatemala, Foro de Coordinación de ONG's de Guatemala, 1998: p. 7-9) Definen el quehacer de las ONG's a partir de la conjunción del reconocimiento de las necesidades de los grupos meta identificados y de las condiciones establecidas por el entorno sociocultural de las mismas organizaciones. Dado que las amplísimas necesidades sociales derivadas de la profunda y extensa pobreza en Guatemala constituyen un motor relativamente indiferenciado para el trabajo de las ONG's, se propone aquí que la naturaleza específica de las ONG's y de su sector resultan de la conjunción dinámica de factores exógenos y factores endógenos al mismo sector.”

Entre los factores exógenos se cuenta como más significativos los siguientes:

Elementos Institucionales: Sobre la configuración del sector influyen de forma notable el papel de los organismos internacionales, el aparato público y, en alguna medida, las organizaciones privadas.

Recursos: Un segundo elemento exógeno lo constituye la disponibilidad y condiciones de los recursos humanos, económicos y materiales a que pueden acceder las ONG's. El volumen y naturaleza de dichos recursos define el alcance y posibilidades de acción y la sostenibilidad del sector.

Estrategias: El quehacer de la ONG, tanto en lo individual como en lo sectorial, es una función de las estrategias que son consideradas viables. Así, el sector desarrolla su actividad en el espacio remanente entre las estrategias de acumulación del sector privado, de definición e

implementación de políticas del sector público, y de movilización de la sociedad civil. El alcance de dicho espacio está determinado, pues, por la interacción entre las condiciones establecidas por otros actores y la capacidad del mismo sector ONG de expandir su ámbito de competencia.

Entre los factores endógenos que definen al sector se cuentan los siguientes de manera particular:

Propósitos: El mandato u objetivo que las organizaciones se plantean especifica un primer nivel de definición de los alcances del quehacer del sector y de sus miembros. Es en este punto en que se manifiesta la interpretación que las ONG's hacen significado de los factores exógenos.

Estructuras: La forma de organización posible y real en las ONG's determina el alcance de su quehacer. Más específicamente, las ONG's deben desarrollar su actividad atendiendo a formas legalmente especificada (asociaciones, fundaciones y sociedades civiles, organizaciones individuales y redes interorganizacionales); aunque con grados diversos de formalización.

Recursos: la disponibilidad y flujos de recursos ya presentes dentro del sector y de las organizaciones son otro elemento interno que definen el que hacer de las ONG's. Notablemente, las condiciones de capacitación, contratación y egreso de personal, y las alternativas para la administración financiera establecen límites y posibilidades a la actividad organizacional.

Procesos: La naturaleza de los procesos administrativos y técnicos que desarrollan las ONG's constituye un elemento adicional que determina el alcance, eficiencia y eficacia de las actividades de dichas organizaciones.

Vínculos y Relaciones: Finalmente, el tipo y extensión de los vínculos desarrollados entre las organizaciones son otros elementos que definen las posibilidades de acción y el uso de los recursos del sector.

Un estudio previo confirma que, “en la relación entre factores exógenos y factores endógenos, son los exógenos los que cobran precedencia casual. A diferencia del sector gubernamental, que procede según una lógica de distribución y redistribución de recursos, el sector ONG se caracteriza por contar con una “filosofía” característica de apertura las condiciones y determinaciones del entorno socioeconómico, político, cultural e institucional. Tanto para explicar el perfil del sector en un momento dado, como para entender la dinámica de su desarrollo a través del tiempo es necesario primero especificar los elementos contextuales que le rodean y reconocen las tendencias en dichos elementos. En este estudio se pondrá especial atención a dicho análisis contextual, y a la interpretación de los vínculos entre el sector ONG y su entorno.”

Es posible identificar cinco dimensiones fundamentales del entorno de las ONG's, cuya relación con ese sector es aquí motivo de una exploración más detallada.

Dimensión Económica: Los alcances de esta dimensión comprenden el análisis de las condiciones y las relaciones en el ámbito internacional y nacional. En el orden internacional, debe considerarse la globalización económica, caracterizada por la articulación de nuevos mercados entre países, y la confrontación de bloques económicos, definidos por el proteccionismo hacia el exterior y la apertura de mercados al interior. En el orden nacional, debe distinguirse la incidencia de factores macroeconómicos de carácter financiero, monetario y fiscal, entre otros; y factores microeconómicos que incidan en la inserción específica de las ONG's en mercados de recursos humanos, materiales y financieros.

Dimensión Política: Aquí se debe considerar la incidencia del desarrollo de procesos de conflicto y distensión, tanto a nivel internacional como regional y nacional. El fin de la guerra fría, la reorganización en bloques norte-sur y los nuevos intentos de integración centroamericana constituyen los puntos determinantes del plano internacional.

A nivel nacional destaca la reconfiguración institucional que refleja debates e intentos de construcción del Estado, más evidentemente a partir de la apertura democrática de 1985, que ha permitido romper el aislamiento internacional, y ha culminado con la firma de la paz entre el Gobierno y la URNG en diciembre de 1996. Este último punto se perfila como un eje fundamental en la definición de las relaciones entre el Estado y las ONG en los años venideros.

Dimensión Social: Las tensiones y contradicciones de la dinámica política y económica se expresan en las condiciones de vida de la población. Específicamente, se debe destacar la y generalización y profundización de la pobreza como un problema que continua amenazando la viabilidad de cualquier proyecto de desarrollo económico y político. De manera particular se destaca la desprotección y abandono de las áreas de política e institucionalidad en salud, educación, vivienda y servicios comunitarios. Otro aspecto importante de esta dimensión se refiere a la capacidad de la sociedad de contar con un marco permisible para organizarse, promover y hacer valer sus intereses y derechos.

Dimensión Cultural: En la constitución del entorno de las ONG's se destaca la articulación práctica de sistemas simbólicos que definen la identidad de una diversidad de grupos y crecientemente inciden sobre la redefinición de ideologías e institucionalidad en Guatemala. Específicamente debe subrayarse el surgimiento de una serie de organizaciones que recogen el creciente ímpetu de los movimientos de reivindicación y reafirmación maya.

Dimensión Institucional: Esta dimensión se refiere a las implicaciones específicas de las dimensiones económica, política, social y cultural sobre el marco normativo e institucional de las ONG's. En este orden se destaca la falta de flexibilidad en el rango de opciones legales, fiscales e institucionales disponibles para las ONG's, y que condicionan el campo de sus intervenciones y las estrategias operativas, de servicios y de financiamiento que pueden desarrollar. A la vez, se empiezan a observar propuestas de cambio de signo aún incierto – tanto desde el ámbito de las ONG's como del gobierno- movidos por el Proceso de Paz y los intentos de modernización del Estado.

2.4 Las ONG's en Guatemala

María Alejandra Lobos Vivar, realiza la tesis llamada “La Comunicación Social de las ONG's en Guatemala”, la cual describe el origen de las ONG's, ella cita de la manera siguiente:

(Lobos Vivar, 2006: pp. 22-23) El inicio de las organizaciones no gubernamentales en Guatemala se da igual que en Latinoamérica en la década de los años cincuenta. En esta época el país se encontraba sumergido en el tema del desarrollo, el gobierno impulsaba la donación de tierras, créditos y asistencia técnica.

Los principales impulsores de estas organizaciones son las iglesias misioneras y los grupos cristianos laicos, quienes se dedicaban a la asistencia de la población necesitada (ancianos, enfermos, huérfanos y minusválidos).

En 1956 ante el incremento de las ONG's se crea el consejo de Bienestar Social. Esta es una asociación de carácter privado sin fines de lucro, cuyo principal objetivo es agrupar a todas las organizaciones de beneficencia gubernamentales y no gubernamentales.

En 1960 se presenta un cambio importante en las ONG's pues con la influencia de instituciones como la “Alianza para el Progreso” y el Concilio Vaticano II, muchas de estas organizaciones

dirigen sus actividades, al área de infraestructura, a la tecnología agrícola, a la alfabetización, a la educación popular y la concientización de grupos base.

En esta época la AID (Agencia Internacional para el Desarrollo) apoya la creación de cuatro organizaciones: IDESAC, EACA, CAPS Y la Fundación Carroll Berhost.

La catástrofe ocurrida en el año de 1976, ocasionó el surgimiento de otras organizaciones que tenían como principal objetivo la asistencia de otras organizaciones que tenían como principal objetivo la asistencia a la población afectada y a la reconstrucción del país.

De 1979 para 1985 las ONG's sufren un estancamiento, debido al conflicto armado interno que el país sufría, otro aspecto que debilitó el surgimiento de las organizaciones fueron los continuos golpes de estado, lo que ocasionó un aislamiento internacional.

Con el primer gobierno civil electo en 1986 se abre un nuevo periodo para las ONG's, esta época se caracteriza por la apertura política, el final del aislamiento internacional, la compensación social. En este primer gobierno se implementó en el país los Fondos de Inversión Social, se crea el programa de microempresas.

Otra época importante en la historia de las ONG's es de 1991 a 1996 en donde ocurre la negociación y firma de la paz, aquí se crean organizaciones dedicadas a temas de promoción y vigilancia de los derechos humanos, a la reivindicación indígena, y también se da el surgimiento de organizaciones dedicadas a la operacionalización y análisis de los acuerdos de paz.

En la actualidad en el ámbito nacional se cuenta con una cifra importante de entidades de este tipo, que se encuentran trabajando en diferentes áreas del país en donde los proyectos comprenden salud, educación, alimentación, capacitación agrícola, y problemáticas sociales.

(Perfil de las organizaciones no gubernamentales en Guatemala, Foro de Coordinación de ONG de Guatemala, 1998: pp. 37-40) Describen y analizan los principales aspectos del sector ONG en Guatemala, para ello se discute la estructura general del sector, tal como se aprecia en los niveles de organizaciones que lo componen.”

Subdivisión de las ONG's de Desarrollo

En la actualidad es posible observar las siguientes divisiones de ONG's de Desarrollo, de acuerdo al alcance de su operación.

ONG de Primer Nivel: En esta primera categoría se encuentran organizaciones que han sido creadas por personas, grupos, sectores, u organismos internacionales, y que tienen como beneficiarios a terceras personas, no así a sus propios fundadores. Estas ONG's gozan de personería jurídica y tienen la capacidad de ejecutar y replicar proyectos en diferentes comunidades, municipios, departamentos y regiones. Las organizaciones en este grupo obtienen financiamiento para cubrir sus gastos de funcionamiento e inversión de diferentes fuentes, incluyendo donaciones nacionales y extranjeras, la intermediación financiera o administrativa de recursos públicos o privados, y la venta de servicios.

ONG de Segundo Nivel: Estas organizaciones son las que estatutariamente han sido creadas por grupos de organizaciones, asociaciones y/o fundaciones, para concentrar su representación. Se denominan coordinaciones, consorcios o federaciones, aunque este último término ha sido acuñado más comúnmente en el contexto de otros sectores, tales como cooperativas y los sindicatos. Estas organizaciones "sombrija", como también se les llama, abordan diferentes disciplinas y/o sectores de la actividad económica y social, pudiendo sus intervenciones extenderse a nivel regional o nacional.

ONG de Tercer Nivel: En 1992 se inició el esfuerzo por conformar la única ONG de tercer nivel existente en Guatemala. Esta instancia, conocida como Foro de Coordinaciones de ONG de Guatemala (FORO), está integrada por los siguientes consorcios: ASINDES, COINDE, CONGCOOP, COMG, el Foro Permanente de ONG's y Cooperantes y, el Movimiento Tzuk Kim Pop, de reciente integración.

Esta instancia ha empezado a desarrollar un rol de carácter eminentemente político estratégico y ha permitido a las ONG's alcanzar espacios singulares de representación.

Entre las intervenciones más importantes que ha tenido el FORO se puede destacar su participación en la "Instancia Nacional de Consenso", entidad de representación multisectorial articulada para dar respuesta a la crisis política derivada del intento de rompimiento del orden institucional, en 1993, por el entonces gobernante. El FORO impulsó, además, la realización del

Primer Congreso Nacional de ONG's y participó en la Asamblea de la Sociedad Civil (ASC), ampliamente involucrada en el Proceso de Paz negociado entre el Gobierno de la República y la Unidad Revolucionaria Nacional Guatemalteca (URNG).

2.5 ¿Qué es PRODI?

Programas y Proyectos de Desarrollo Integral –PRODI- es una institución dedicada a la educación y desarrollo, ha trabajado en diversos programas y proyectos con cobertura nacional, ha recibido y administrado fondos de varios organismos internacionales entre ellos: PNUD, Unión Europea, Plan Internacional, Médicos Sin Fronteras - España, Kfw, Banco Mundial, USAID, Fundación Telefónica, entre otros.

Cuenta con el PADOR, certificación de la Unión Europea, para poder ejecutar proyectos o programas a nivel latinoamericano y a nivel mundial. Con la certificación de SEGEPLAN y con el RISE del Ministerio de Educación de Guatemala.

Ha sido evaluada y se le han realizado auditorías externas por medio de dos empresas guatemaltecas, siendo ellas; Price Waterhouse Coopers y PKF Consultores Públicos y Consultores Gerenciales.

La experiencia más significativa de PRODI es el manejo de programas y proyectos de formación, capacitación y educación a población infantil, adulta, hombres y mujeres, jóvenes, mediante metodologías de educación formal y no formal. Ha diseñado y utilizado metodologías participativas en el área de la gestión para el desarrollo comunitario, formación para la participación y expresión artística a mujeres y jóvenes del ámbito rural, formación a agentes educativos en el ámbito rural, edición de materiales educativos para población adulta y jóvenes en temas de género, vih/sida, mitigación de riesgos y desastres, conservación ambiental, metodología activa, escuela nueva, educación y gestión - desarrollo, entre otros.

Actualmente consta de una oficina central, aunque por la naturaleza de su trabajo en años anteriores abrió subsedes en diferentes departamentos del país en donde ha desarrollado programas y proyectos. Durante el tiempo de trabajo, ha logrado atender más de 2,500 comunidades en los departamentos de Chimaltenango, Sacatepéquez, Guatemala, Santa Rosa, Jalapa, Jutiapa, Zacapa, Alta Verapaz, Baja Verapaz e Izabal y, manejado más de 45 proyectos y

programas con énfasis en la atención de familias, mujeres y niñez de áreas rurales y marginales del país de Guatemala.

Después de la Junta Directiva, la estructura organizacional se divide en dos departamentos; administrativo y de campo; el primero es el encargado de coordinar, planificar, administrar y desarrollar los planes de trabajo de los distintos proyectos que ejecuta, todo su personal se encuentra en la oficina central y tiene un horario de labores establecido, y el segundo se encarga de la ejecución en el área geográfica en donde se desarrollan los proyectos, los colaboradores de este departamento se encuentran la mayor parte del tiempo atendiendo las necesidades y directrices que los planes de trabajo contemplan en las áreas de acción, estos colaboradores manejan su horario de acuerdo a programaciones de actividades que coordinan conjuntamente con el personal administrativo y las comunidades en donde se realizan actividades.

Misión

Ser una institución dinámica, creativa, organizada, eficiente, eficaz, colaborativa que genera oportunidades en el ámbito de la educación rural y propicia el desarrollo integral de las comunidades. Trabajar con principios y valores que nos permiten sentirnos orgullosos de lo que somos y hacemos.

Visión

Impulsar acciones en el ámbito de la educación y la investigación, que genera desarrollo en las comunidades del área rural, desarrollar metodologías activas y participativas con el propósito de mejorar la proyección comunitaria y social de las personas con quienes trabajamos. Reconocer la visión cultural de los cuatro Pueblos Guatemaltecos y trabajamos respetándolas, para generar un proceso intercultural que logre la paz, por medio de la convivencia democrática.

Valores

Las acciones principales del trabajo de PRODI se desarrollan bajo los valores siguientes:

- Respeto
- Honestidad
- Lealtad
- Honradez
- Servicio Social
- Trabajo efectivo
- Iniciativa
- Colaboración
- Actitudes Humanas y Sociales
- Aplicación del Código de Ética y Moral

Objetivos Institucionales

1. Promover el desarrollo integral de las personas.
2. Promover y apoyar la investigación educativa, social, económica y antropológica, como base para el diseño, ejecución y evaluación, de programas y proyectos de desarrollo integral.
3. Desarrollar y validar metodologías adecuadas en el campo de la investigación y la educación.
4. Promocionar o vincular asistencia técnica, capacitación y servicios, para la realización de proyectos educativos, productivos y de mejoramiento ambiental.
5. Promover el proceso de desarrollo autogestionable, con apoyo de organizaciones nacionales o extranjeras.
6. Elevar las condiciones de vida de las personas, por medio de programas educativos, sociales, culturales, económicos, ambientales y de salud.

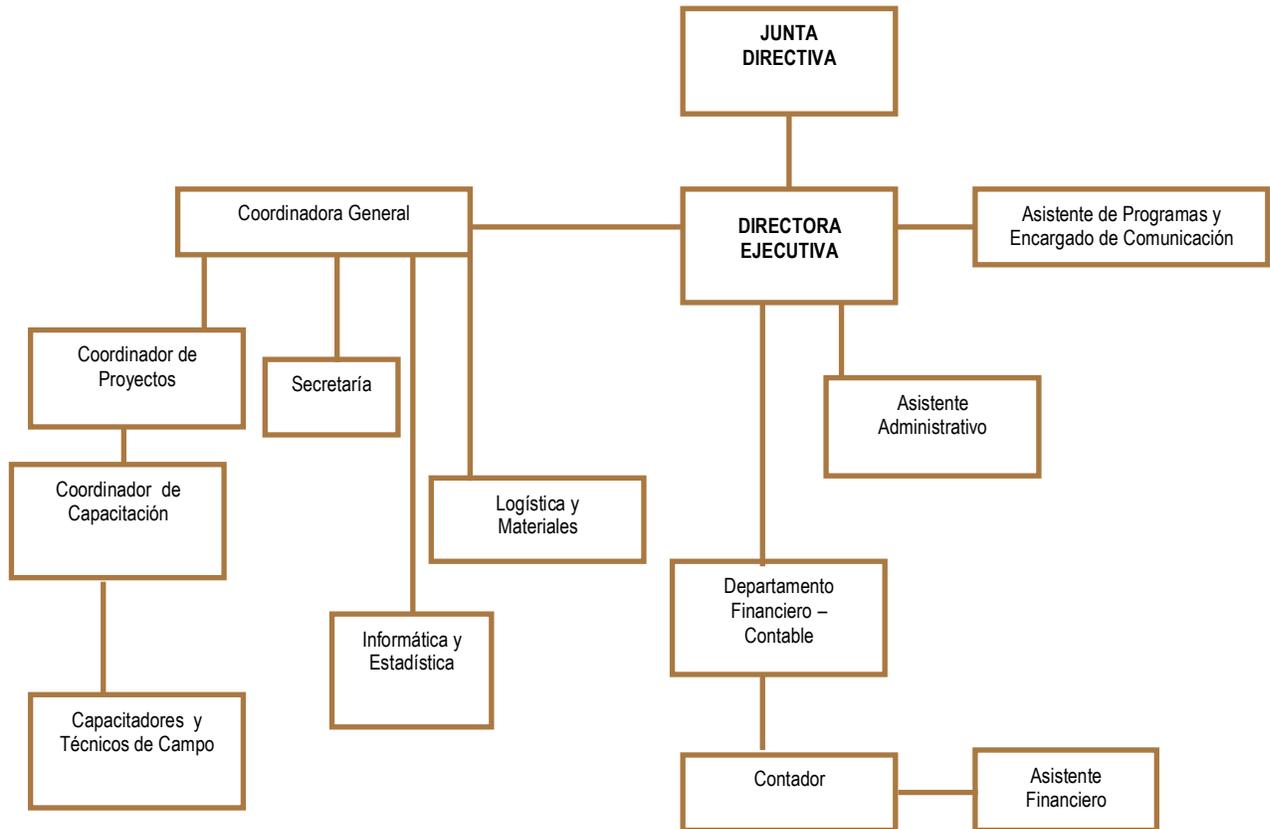
Fuente: Programas y Proyectos de Desarrollo Integral.

2.6 Estructura Organizacional de Programas y Proyectos de Desarrollo Integral

La estructura jerárquica de PRODI puede entenderse mejor de la manera siguiente:

Organigrama actual de la Institución

PROGRAMAS Y PROYECTOS DE DESARROLLO INTEGRAL, PRODI



Fuente: Programas y Proyectos de Desarrollo Integral.

2.7 Comunicación

(Hidalgo Calvo, 1986: p. 1) “ Berelson y Steiner definen la comunicación como “ transmisión de información, ideas, emociones, habilidades, etc., mediante símbolos, palabras, imágenes, cifras, gráficos, etc. El acto o proceso de transmisión es lo que habitualmente se llama comunicación.”

Hartley y Hartley consideran que la comunicación cumple tres funciones con respecto al individuo:

- 1) Le proporciona un esquema del mundo;
- 2) Define su posición con respecto a otras personas, y
- 3) Le ayuda a adaptarse con éxito a su ambiente.”

(RAE, 2011. http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=comunicación) Aunque según el Diccionario de la Real Academia española en su vigésima segunda edición, comunicación es f. Trato, correspondencia entre dos o más personas. Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor. Unión que se establece entre ciertas cosas, tales como mares, pueblos, casas o habitaciones, mediante pasos, crujías, escaleras, vías, canales, cables y otros recursos. Cada uno de estos medios de unión entre dichas cosas. Papel escrito en que se comunica algo oficialmente. Escrito sobre un tema determinado que el autor presenta a un congreso o reunión de especialistas para su conocimiento y discusión. Ret. Figura que consiste en consultar la persona que habla el parecer de aquella o aquellas a quienes se dirige, amigas o contrarias, manifestándose convencida de que no puede ser distinto del suyo propio. pl. Correos, telégrafos, teléfonos, etc.

2.8 Comunicación Externa

Conocida también como “Comunicación de masas”, adopta varias formas dependiendo de la finalidad y de los medios que se utilizan. A continuación se describen los tipos de comunicación externa:

Publicidad Comercial: Es la forma en que se hace público un producto o servicio, sus características son ofrecidas al consumidor, el cual lo adquiere a cambio de un precio monetario. Este mensaje publicitario se define como “anuncio”, el cual consta de dos componentes primordiales: el informativo y el persuasivo de incitación a la compra.

Promoción: Es posible emplearlo en dos sentidos; amplio y restringido. En el primero constituye uno de los principales instrumentos del marketing y alude al conjunto de actividades llevadas a cabo por la empresa para apoyar la venta de sus productos o servicios, así como la imagen que

desean comunicar, y el segundo se refiere a una modalidad de apoyo a las ventas, según la cual se ofrece una ventaja al comprador siempre que cumpla determinadas condiciones, estas condiciones pueden ser de tiempo, de volumen o de otro tipo, estas ventajas que se hacen depender de ella son de tipo económico. La promoción se diferencia muy poco de la publicidad, hasta el punto que sólo un pequeño matiz de grado las diferencia.

Patrocinio: Es la actividad de promocionar la empresa a través de aportes económicos necesarios para llevar a cabo un evento de beneficio social, a cambio que su nombre figure como tal patrocinador. En su mayoría este tipo de comunicación es aprovechada por las marcas comerciales para patrocinar eventos deportivos y de otras índoles.

Relaciones Públicas: Es el conjunto de actividades planificadas y llevadas a cabo por las empresas, que buscan mejorar la propia imagen y disminuir los efectos, en otras palabras es anunciar las actividades principales a nivel general que la empresa realiza, pero lógicamente exponiendo o dando a conocer únicamente el lado amable de la organización.

Propaganda: Suele asociarse a actividades netamente políticas, es decir que se utiliza para anunciar actividades como mítines, discursos, e inclusive incitar al voto. Ofrecen un bien o servicio a la población pero de carácter político. (Sanz y González, 2005)

2.9 Teoría de la Comunicación Interna

(Fernández Collado, 1991: pp. 12-13) Afirma que “la comunicación interna es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales.

Es importante considerar que los programas y actividades de comunicación que se realizan en la organización –independientemente del público al que se dirijan, de los objetivos que persigan o de los canales utilizados.- Deben responder a una estrategia común cuya última finalidad será ayudar a la organización desde evocar hacia dentro y hacia fuera, de acuerdo con su propia cultura.”

Según (García Jiménez, 1998: p. 1) “La gestión de la comunicación interna está condicionada en la empresa contemporánea por una serie de hechos que permiten pronosticar nuevas circunstancias y condiciones de eficacia. El mercado competitivo, en el que aquella ha de desollarse, se caracteriza por una serie de cambios y mutaciones fundamentales. Esos cambios son radicales porque afectan a la estructura social, son continuos, están influyendo en la aparición de nuevas actitudes y comportamientos (nuevos estilos de dirección nuevas conductas laborales, etc.,) en nuevas formas de organización y de cultura y han determinado el nacimiento de una nueva cultura del trabajo. Las nuevas tecnologías productivas (y en especial las de la comunicación) han creado nuevos conceptos y uso radicales en el universo de los negocios, nuevos objetos y nuevo modo de distribución de consumo. Todo ello ha acabado por originar un concepto de empresa y de mercado.”

2.10 Objetivos de la Comunicación Interna

Entendemos como comunicación interna al flujo planificado de mensajes dentro de una institución, organización, empresa, entre otros. Es un instrumento clave e interesante dentro de la gestión de los recursos humanos, y a la vez se integra al contexto de las políticas del personal. El objetivo principal de la comunicación interna no es más que relacionar y establecer un conjunto de procesos de transmisión de información, que permite alcanzar los objetivos de la empresa, institución u organización así como de las personas que laboran dentro de ella. (Comunicación Interna, gestión de empresas, 2008)

Este objetivo plantea a su vez los siguientes aspectos:

- El desarrollo y mantenimiento de las relaciones interpersonales.
- La facilitación de las relaciones entre la empresa y las personas que la integran.
- La elaboración de la información que recibirá el personal de la empresa respecto a los objetivos de la organización.
- Y finalmente, la orientación y desarrollo de la información para la motivación de los comportamientos de los trabajadores.

2.11 Funciones de la Comunicación Interna

La importancia de la comunicación interna en una empresa se denota cuando observamos las ventajas múltiples que se derivan del buen uso de ella, tanto para la organización, como para su personal. Existen tres funciones principales que cumple la comunicación interna y que hacen posible dichas ventajas: ((Comunicación Interna, gestión de empresas, 2008)

- **Implicación del personal:** Significa mantener una relación entre el individuo y la empresa para conseguir que cumpla sus expectativas en el seno de la empresa o institución, de manera que asocie la mejora de la empresa a su propia mejora. Esto se consigue gracias a la motivación, poniendo en marcha un plan de comunicación con los trabajadores de la empresa. Con ello conseguirá:
 1. Motivación al trabajador.
 2. Reconocimiento dentro de la empresa.
- **Conseguir un Cambio de Actitudes:** La dinámica de los últimos años respecto a los numerosos cambios que la sociedad está atravesando y la rápida incorporación de las nuevas tecnologías a la empresa, está demandando a la misma, un cambio respecto a sus procesos comunicativos. Para producir dicho cambio, se hace necesario desterrar viejas ideas y procesos sobre el uso de la comunicación en la empresa. El enfoque comunicativo tradicional (lineal y jerárquico), ha de dar paso a otro flexible, capaz de dar respuesta inmediata a los problemas que se generan diariamente en la empresa. Y ello requiere un cambio actitudinal.
- **Mejora de la productividad:** Si transmitimos la información operativa eficaz, clara, fluida y a tiempo, y además el personal se encuentra identificado con los objetivos y la cultura de la organización, estamos consiguiendo una mejora en la productividad.

El Trabajo se hace mejor y la gran beneficiada es la empresa. Hay que convencer a las empresas de la necesidad de una buena comunicación con dos elementos: el económico (ahorra tiempo y esfuerzo) y el humano (la creencia de mejorar el nivel de vida laboral).

2.12 Tipos de Comunicación

2.12.1 Comunicación Formal

La comunicación formal está definida por la propia estructura jerárquica de la empresa, puede controlarse de forma planificada y dispone de una serie de herramientas para su aplicación. Es una comunicación oficial dentro de la organización, su sentido se define en

contener informaciones relativas a la realización de las tareas y actividades del trabajo. (Lacasa, 2004)

2.12.2 Comunicación Informal

Este tipo de comunicación se define dentro de las relaciones interpersonales. Es muy dinámica, es espontánea y es de difícil control, ya que es el personal de la empresa quien la establece fuera de toda rigidez laboral. Su forma la establece un conjunto de rumores, chismes, costumbres, hábitos, empatías y distintas situaciones dentro de la actividad diaria. Los canales informales son muy rápidos en la transmisión de mensajes dentro de una empresa, en el caso de una organización su limitación estructural permite una difusión inmediata de información. (Lacasa, 2004)

2.12.3 Comunicación Descendente

La Comunicación Descendente puede definirse como el flujo de comunicación originada en alguna parte de la organización, que va de arriba hacia abajo en una estructura jerárquica, con el fin de informar o influir.

La información y otras cuestiones relacionadas a la comunicación siguen una línea desde los máximos responsables hasta las bases de la empresa, institución u organización, de esa manera circula en sentido descendente. (Ongallo Carlos, 2007)

2.12.4 Comunicación Ascendente

La comunicación ascendente es el mejor ejemplo de disposición en una empresa de conocer las ideas y pensamientos de sus trabajadores, esta se lleva a cabo cuando un individuo de la organización transmite información, ideas, sugerencias, comentarios e incluso quejas hacia otra persona encuadrada en un nivel superior de la jerarquía.

Una organización que establece canales de comunicación ascendente, muestra un deseo de conocer lo que piensan y quieren quienes la componen. La comunicación ascendente es un indicador de buena disposición que parte de la organización para acortar distancias comunicacionales. En ocasiones, la comunicación ascendente no fluye lo suficiente, debido al temor de sugerir cambios desde los niveles inferiores de la empresa, e incluso por no molestar a la dirección. Esto, sin embargo no favorece el buen funcionamiento de los

sistemas organizativos y perjudica a los grupos y a la propia organización. (Ongallo Carlos, 2007)

2.12.5 Comunicación Horizontal

La comunicación horizontal es aquella que tiene como objetivo mantener una línea de información, comunicación y coordinación interdepartamental, el buen uso de esta dentro de los distintos departamentos y secciones de la empresa garantiza que no existan lagunas, solapes, o duplicidades en el que hacer de los departamentos de la institución, organización o empresa. Una de las ventajas de este tipo de comunicación es la posibilidad de resolución de problemas sin necesidad de acudir a otros niveles de la empresa. (Pérez y Oteo, 2006)

2.12.6 Comunicación Transversal

(Rodríguez Rowe, 2008: p. 53) indica que “la comunicación transversal también es conocida como circular ascendente o diagonal, esta es la que transcurre entre distintas áreas y niveles, pero al mismo tiempo. Por ejemplo, podemos encontrar comunicación del tipo transversal descendente en el caso del gerente de recursos humanos y el jefe de bienestar; transversal ascendente entre el jefe de contabilidad y el gerente de esa repartición. “La comunicación transversal tiene que superar una barrera particularmente difícil. Está constituida por el peso y la susceptibilidad del poder jerárquico, que no suele aceptar de buen grado, ni la injerencia de otras jerarquías sobre sus propios subordinados, ni la actitud de estos cuando tratan de puentear su autoridad y competencia”. Por esta razón, cuando la comunicación transversal se da en forma llana y espontánea, refleja una organización saludable y armónica”.

2.12.7 Comunicación Circular

Según (Bolaños Calvo, 2002: p. 527) “Desde la perspectiva académica, este tipo de comunicación posee dos acepciones. La primera se refiere a la orden que una autoridad dirige a sus subalternos en escala jerárquica. La Segunda se refiere a cada una de las cartas o avisos iguales y uniformes que son dirigidos a un grupo de personas para establecer la comunicación o dar a conocer algún asunto, proceso, producto, fenómeno y otros”.

2.12.8 Comunicación Escrita

La comunicación escrita contempla memorandos, cartas, correo físico, correo electrónico, transmisiones de fax, publicaciones de las organizaciones, noticias en los tableros de avisos y cualquier otro medio de transmitir por escrito palabras o símbolos. El mensaje puede guardarse indefinidamente, está a la mano en caso de alguna referencia, esta característica es importante en las comunicaciones complicadas y prolongadas, es por ello que es una comunicación más cuidadosa que la oral, ya que en ella el mensaje queda plasmado por escrito. Es un tipo de comunicación más meditada, lógica y clara. (Stephen P., 2004)

2.12.9 Verbal

(Raphael J., Becvar. 1989: p. 29) la comunicación verbal “se refiere a las palabras, el contenido literal de un mensaje sirve con más efectividad para comunicar ideas y observaciones, que la manera no verbal; para comprobarlo basta imaginar lo que sería nuestra vida diaria sin los símbolos que llamamos palabras. Incluso las personas que no pueden hablar poseen un lenguaje adaptado a sus condiciones. Sin palabras tendríamos que comunicarnos siempre en persona. Una alternativa sería la de dibujar las ideas esas que quisiéramos transmitir, de hecho, la evolución de los símbolos que forman las palabras se desarrolló a partir de los dibujos o pinturas ejecutadas en las cuevas por nuestros antepasados.”

2.12.10 No verbal

(Raphael J., Becvar. 1989: p. 29) Nos indica que “las palabras no son específicas cuando se trata de la comunicación de sentimientos; para este proceso el modo no verbal es más eficiente. El modo no verbal abarca los movimientos del cuerpo, las expresiones faciales, el tono de voz entre otros, los cuales revelan lo que estamos sintiendo cerca de nosotros mismos, del tema que estamos hablando y lo que decimos de nuestra relación con otras personas. Comunicamos no verbalmente lo que sentimos acerca del mensaje que expresamos con palabras; la comunicación no verbal es un comentario de nuestros mensajes verbales y de calidad de nuestras relaciones.”

2.13 Problemas de la comunicación

2.13.1 Los Ruidos

(Niño Rojas, 2000: p. 62) Escribe; “los ruidos comprenden no sólo las interferencias de canal sino también todos los factores que pueden reducir la efectividad en la comunicación o distorsionar su proceso. Desde este punto de vista, se consideran como ruidos todo obstáculo o dificultad que entorpezca el normal desarrollo del flujo comunicativo o interfiera en él para disminuirle eficacia.”

(Niño Rojas, 2000: p 62) Entre algunos tipos de ruidos podemos exponer los siguientes:

- a) **Ruidos Físicos:** Lugar, ambiente, distancia física entre los interlocutores, interferencias de ondas o de imágenes y todos los obstáculos a nivel del canal.
- b) **Ruidos Psicológicos:** Diferentes campos de experiencias, dificultades neuromotoras, dificultades articulatorias o auditivas, falta de atención, deficiencia en la motivación, actitud defensiva del receptor, manejo errado del propósito, desfases en la percepción, respuestas inadecuadas del receptor.
- c) **Ruidos Técnicos:** Simultaneidad de mensajes, densidad de propósitos o contenidos, dificultades de interpretación semántica, desconocimiento del tema o del código, codificación o descodificación deficiente, configuración lingüística del mensaje con algún grado de desviación, en fin la ausencia de todos los requisitos y exigencias, de acuerdo con el código y con las circunstancias comunicativas, en el desarrollo del discurso.

2.13.2 Las Barreras

(Niño Rojas, 2000: pp. 62-63) “ Las barreras son todas aquellas que interfieren en el proceso de comunicación entre dos o más personas, estas pueden clasificarse en varias formas, por ejemplo la barrera física, que es la que sucede cuando las personas están separadas geográficamente o sea, en este caso se entendería que la barrera física sería la distancia entre ellas y a la vez se complementa cuando estas no tienen ningún medio de comunicación o la tecnología no funciona y esto produce que no se realice el proceso comunicativo, otro ejemplo sería la barrera psicológica la cual consiste cuando dos personas físicamente presentes se evitan para poder conversar o intercambiar opiniones, debido a problemas o diferencias personales.

Sin duda alguna identificar las barreras de la comunicación acertadamente contribuirá a que los flujos comunicativos se den de una forma armónica y evitar al mismo tiempo conflictos, desinformación, malentendidos, respuestas inadecuadas, ineficiencias laborales, dificultades institucionales, conductas erradas y en resumen pérdida de tiempo y recursos.”

2.12.3 Los Rumores

(Niño Rojas, 2000: p. 63) cita que “los rumores son elementos distorsionadores de la comunicación interpersonal o colectiva. Surgen como información divulgada, no verificada o poco fidedigna, y se manifiestan en mensajes que socialmente se toman por ciertos. “Sus consecuencias –dice el escritor Gabriel García Márquez-, los conflictos, los malos entendidos a nivel personal, familiar, laboral, saltan a la vista”. (Del encabezamiento al cuento “Parábola del pensamiento”).

La expansión del rumor a través de la repetición de un mensaje en cadena suele añadir elementos subjetivos, que agigantan los efectos sociales negativos. ¿Qué hacer frente a este fenómeno? No es fácil darle un adecuado tratamiento. Parece que se hace necesaria una toma de conciencia, y la realización de actos de freno y depuración: es decir, discernir entre lo que es o no rumor, no participar en ellos, o comunicar sólo lo que las circunstancias exijan, dentro del criterio de responsabilidad.”

2.14 Comunicación Organizacional

Según (Fernández Collado, 1991: pp. 11 -12) “La comunicación organizacional sigue siendo un tema de controversia, pese a que este campo conceptual y práctico, aunque es todavía joven, ya no es nuevo. La comunicación organizacional se entiende de tres maneras distintas.

En primer lugar, la comunicación es un fenómeno que se da naturalmente en toda organización, cualquiera que sea su tipo o tamaño. Esta verdad es bien sabida y tiene su fundamento en otra igualmente obvia: la comunicación es el proceso inicial más importante. Sin ella, el hombre se encontraría aún en el primer escaño de su desarrollo y no existiría sociedad ni cultura. Probablemente la mera sobrevivencia de la especie no hubiera sido posible sin la aparición del lenguaje (verbal y no verbal, hablado y escrito.) Para el filósofo Ernest Cassirer, lo que distingue al

hombre del os otros animales no es tanto la razón, sino la capacidad de simbolizar, es decir, de representar de diversas maneras sus ideas y emociones para que sus congéneres las conozcan y, a su vez, puedan expresar las suyas. Entonces, si la comunicación es consustancial a cualquier forma de relación humana, también lo es a la organización. No es posible imaginar una organización sin comunicación.

Bajo esta perspectiva, la comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización y entre esta y los diferentes públicos que tiene en su entorno.

Estos mensajes circulan en varios niveles y diversas maneras. Pueden transmitirse, por ejemplo, a través de canales interpersonales o de medios de comunicación más o menos sofisticados; pueden ser verbales o no verbales, utilizar la estructura formal de la organización o las redes informales, viajar horizontal o verticalmente en la pirámide jerárquica, darse dentro de la organización o rebasar sus fronteras. Todas estas variables forman un fenómeno rico y complejo, que en su conjunto se denomina comunicación organizacional.

Una acepción presenta a la comunicación organizacional como una disciplina cuyo objeto de estudio es, precisamente, la forma en que se da el fenómeno de la comunicación dentro de las organizaciones, y entre estas y su medio. En la segunda mitad de la década de los cuarenta, y específicamente en Estados Unidos de América, el estudio de la comunicación en las organizaciones empezó a llamar la atención de un número creciente de investigadores. A partir de entonces se despertó un fuerte interés en el tema, lo que redundó en la aparición de una extensa bibliografía y en la proliferación de investigaciones de campo, cuyo objetivo es analizar el impacto que ejercen diversas variables organizaciones sobre la comunicación y viceversa.

Por último, la comunicación organizacional se entiende como un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, o entre la organización y su medio; o bien, a influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que esta última cumpla mejor y más rápidamente sus objetivos, estas técnicas y actividades deben partir idealmente de la investigación, ya que a través de ella se conocerán los problemas, necesidades y áreas de oportunidad en materia de comunicación. Así, el resultado provechoso de los programas que se implante será más probable.

Desde este tercer enfoque, la comunicación organizacional puede dividirse en comunicación interna y comunicación externa”.

2.15 Necesidades de la Comunicación Organizacional

Según (Fernández Collado, 1991: p. 14)” afirma que existen diversas investigaciones que han comprobado una y otra vez que existe un amplio rango de asuntos que a los empleados les interesa conocer, los cuales básicamente pueden agruparse en tres categorías: información relacionada con la organización, información acerca del trabajo e información sobre asuntos que afectan a la vida personal y familiar.

En el primer rubro se incluye todo lo relacionado con lo que la organización es y hace. Por increíble que parezca, hay empresas en las que la gente apenas conoce lo que tiene que ver con su ámbito concreto de trabajo, ignorando cosas tan importantes como los objetivos, estrategias y planes institucionales (por no hablar de la misión, visión y los valores) los resultados alcanzados, el tamaño y alcance de la operación, la dispersión geográfica, las políticas y procedimientos más importantes o hasta los productos y servicios que ofrece.

Tampoco se cuenta con información suficiente y oportuna acerca de las noticias que van generándose día a día en la organización. Y que ayuda a la gente a estar enterada de lo que sucede, de lo que cambia, de lo que se mejora, de lo que se decide, de lo que tiene éxito y de lo que fracasa, Incluso se llegan a dar casos en la que los empleados de la empresa reciben noticias tan importantes como la salida de su director general.... ¡por los periódicos!

Finalmente las personas quieren saber todo aquello que repercutirá, directa o indirectamente, en su bienestar personal y familiar: prestaciones, beneficios, oportunidades de capacitación y promoción, disposiciones en materia de seguridad e higiene, políticas de administración de recursos humanos, actividades culturales, sociales y deportivas en las que pueda participar”.

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Metodología de Investigación

Para la realización de esta investigación se decidió que la metodología más adecuada por el tipo de ejercicio es el **Método Analítico**, ya que este nos lleva de las partes hacia el todo, método congruente con nuestro trabajo de campo, ya que se analizó cada uno de los departamentos de la institución, así como cada medio interno de comunicación que se logró detectar.

3.2. Objetivos:

3.2.1. Objetivo General

Establecer la situación de la comunicación interna dentro de la oficina de Programas y Proyectos de Desarrollo Integral, PRODI.

3.2.2. Objetivos Específicos

Objetivos Específicos:

- 1) Identificar los canales de comunicación interna.
- 2) Analizar el proceso de comunicación interna desde un punto de vista organizacional.
- 3) Identificar las fortalezas y debilidades del proceso comunicativo interno.

3.3. Técnica

Para la recolección de información de este estudio se utilizaron las siguientes técnicas de investigación:

- a) La observación.
- b) Recopilación Bibliográfica; en bibliotecas e internet.
- c) Entrevista Directa resumida en cinco preguntas claves, la cual fue aplicada a los miembros de la junta directiva y personal administrativo.
- d) Encuesta, la cual consta de diez preguntas, cinco abiertas y cinco cerradas, estas fueron aplicadas al personal de campo y personal administrativo de la institución.

3.4. Instrumentos

Se aplicaron como instrumentos de medición los siguientes:

- a) Cuestionario escrito.
- b) Entrevista directa.

3.5. Universo

Las 23 personas que actualmente laboran en PRODI, distribuidos de la manera siguiente:

1. Junta Directiva: cuatro personas.
2. Personal Administrativo (Directora Ejecutiva, Coordinadora General, Asistente de Programas y Encargado de Comunicación Social, Asistente de Administración, Contador, Asistente Financiero, Secretaria, Encargado de Logística y Materiales, Informática y Estadística): nueve personas.
3. Personal de Campo (Coordinador de Proyectos, Coordinador de Capacitación, Capacitadores, Técnicos de Campo: Diez personas.

3.6. Muestra

65 por ciento del total del universo, 15 personas tanto de la junta directa como del personal administrativo y personal de campo.

CAPITULO IV

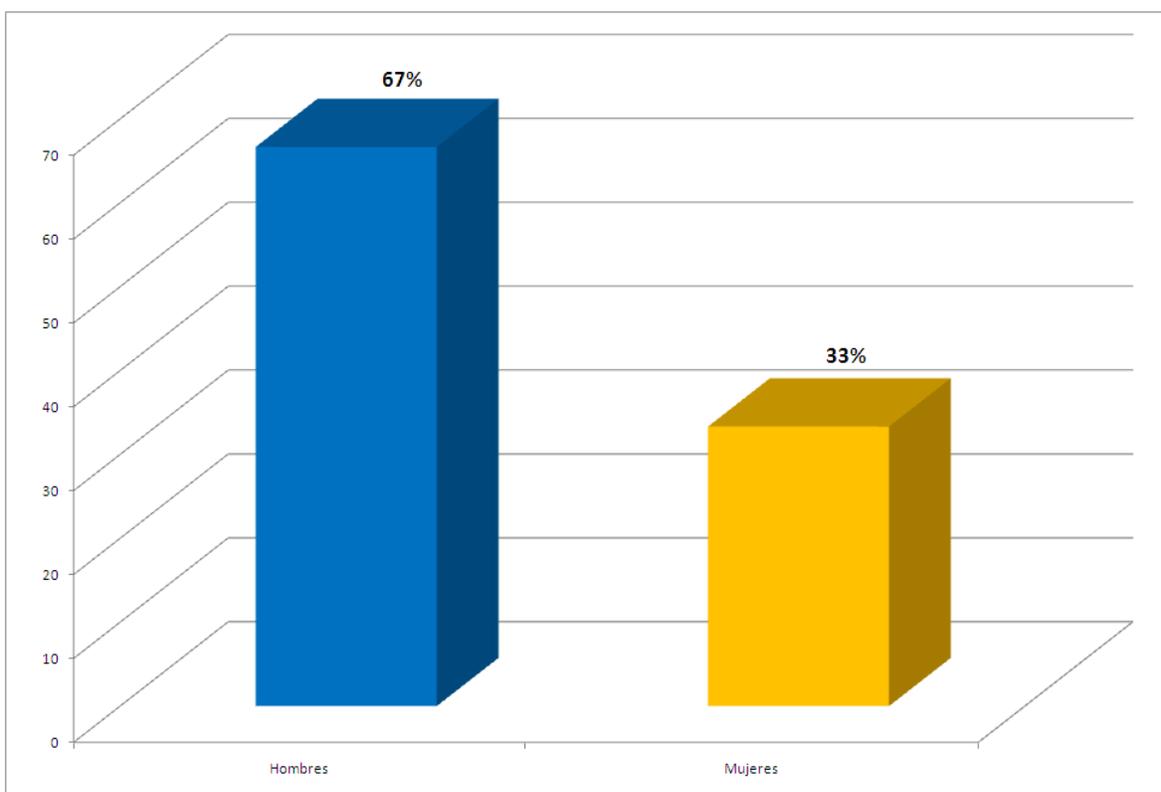
PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4. Gráficas e interpretación de resultados

Resultados de la encuesta practicada a 15 colaboradores del personal administrativo, de campo y junta directiva de Programas y Proyectos de Desarrollo Integral –PRODI-.

1. Género de personas encuestadas

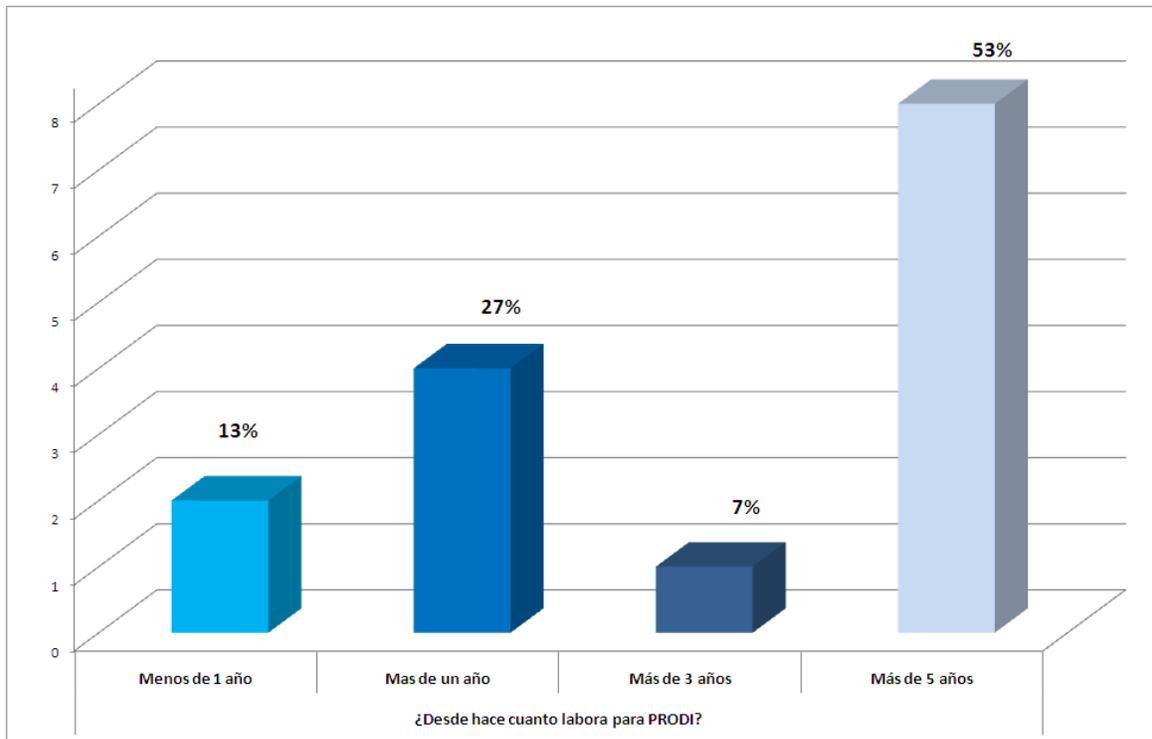
Gráfica 1



Se puede apreciar que el total de personas encuestadas es de 15, cinco de ellas pertenecen al sexo femenino y las diez restantes son masculinas. La muestra expone que la mayoría del personal que labora en la institución son hombres, la razón de este hallazgo es que en el departamento de campo la totalidad de sus elementos pertenecen a este género, debido al tipo de trabajo y necesidades de movilización que en la mayoría de los casos es en motocicleta, ya que las condiciones de las vías de acceso a las comunidades rurales en donde PRODI trabaja son de difícil acceso.

2. ¿Desde hace cuanto labora para PRODI?

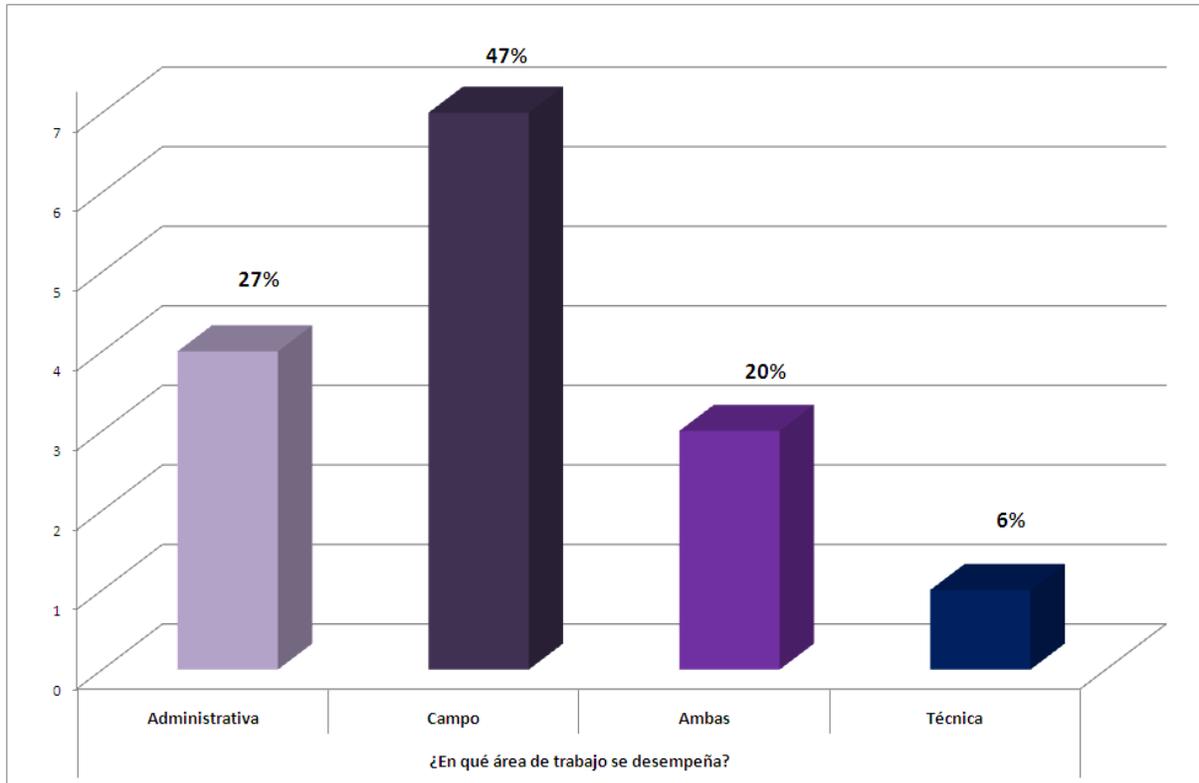
Gráfica No 2



En PRODI la mayoría del personal (53%) trabaja desde hace más de cinco años, lo que demuestra que más de la mitad de su personal cuenta con una experiencia laboral aceptable, esto es importante para este tipo de empresas dedicadas al desarrollo integral del país ya que es necesario un conocimiento real, general y con experiencia de la situación rural de Guatemala, el siguiente 7% labora desde hace más de tres años, un considerable 27% lo hace desde más de un año atrás, y con menos experiencia laboral un 13%, dato que resalta la creación de nuevas fuentes de empleo y contratación en esta institución.

3. ¿En qué área de trabajo se desempeña?

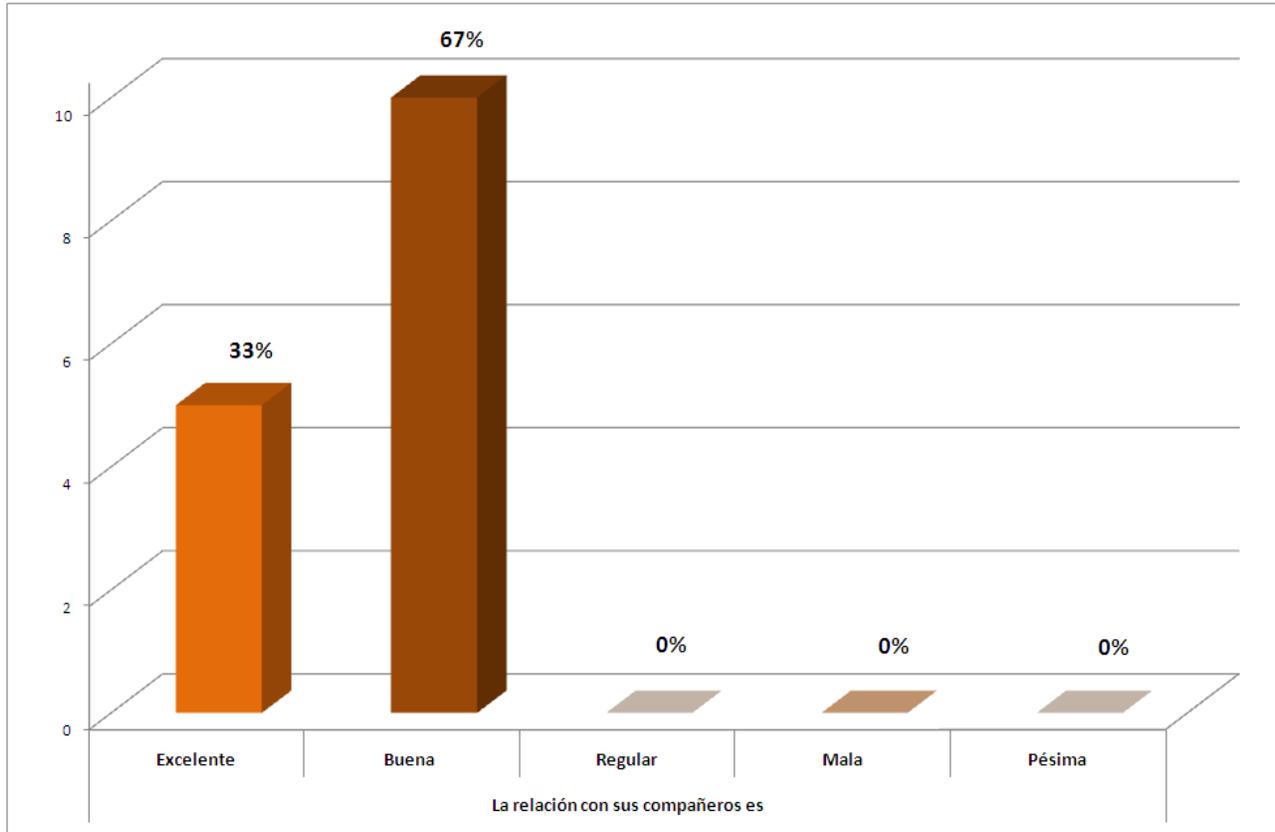
Gráfica No 3



Por el tipo de labor rural y de contacto con la gente en las comunidades, la encuesta refleja que el mayor porcentaje de sus colaboradores trabaja en el departamento de campo ocupando un 47% de la fuerza laboral de PRODI dato que se esperaba obtener, pues la labor social se desarrolla en la propia comunidad. Seguido se destaca que el 27% desarrolla sus labores en el área administrativa, ya que es allí en donde se planifican los proyectos, se desarrollan los planes de trabajo, y coordinan las diferentes actividades laborales. Un 20 % labora en ambas, administrativa y de campo, estos colaboradores son los coordinadores de proyectos que tiene funciones dentro de la oficina y que realizan visitas al campo para constatar que las actividades se desarrollen como fueron planificadas y que los beneficiarios estén de acuerdo con el trabajo de PRODI en el campo. En la encuesta se ubicó una casilla para marcar “otros”, en esta se detectó que existe en menor porcentaje (6%) un departamento técnico, el cual se encarga de planificar y gestionar los diferentes proyectos y programas que esta institución desarrolla.

4. La relación con sus compañeros de trabajo es:

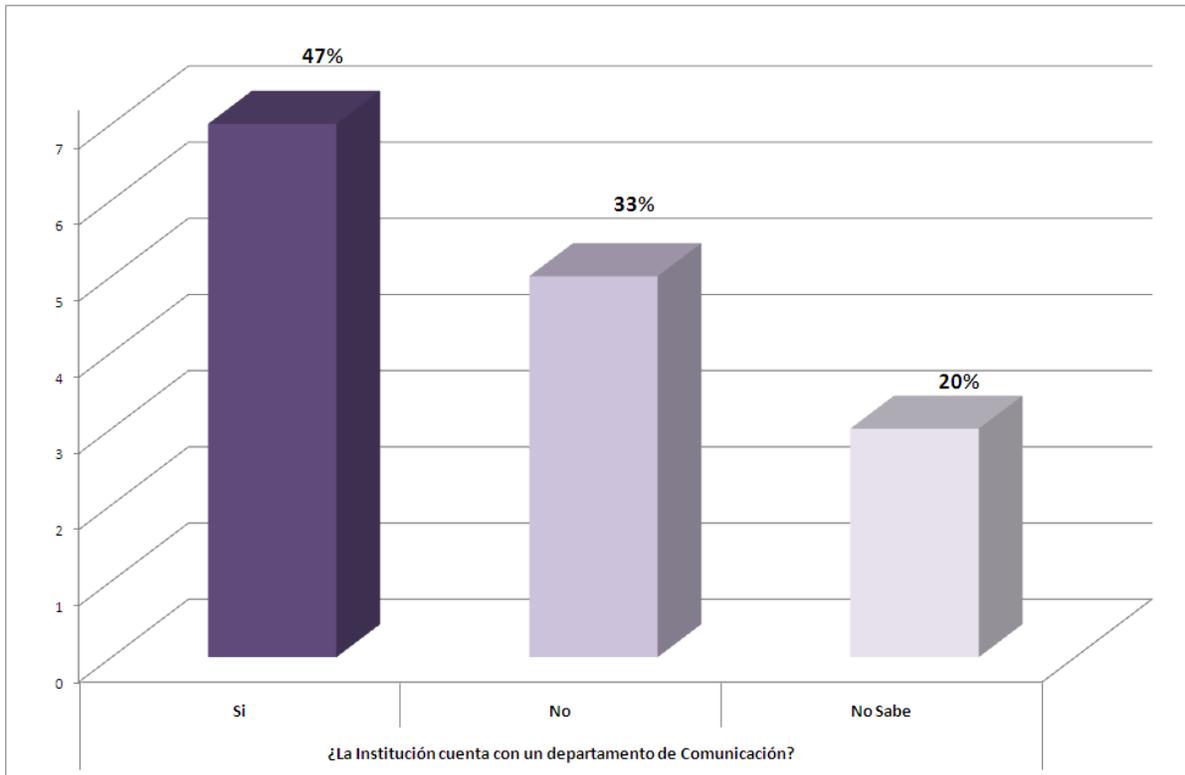
Gráfica No 4



Como se puede observar en la gráfica, en la encuesta se ubicaron cinco posibles opciones de respuestas, siendo la más alta en un 67% buena, esto indica una simpatía aceptable dentro de las relaciones laborales en la institución, dato importante para que la comunicación fluya y se desarrolle de manera efectiva. Importante es el segundo dato (33%) que expone una relación de trabajo entre empleados excelente, este porcentaje podría reflejarse entre compañeros de un mismo departamento lo que se considera como una química laboral óptima para cualquier empresa. Con porcentajes (0) cero se ubican las opciones; regular, mala y pésima, demostrando una buena relación laboral dentro de la institución.

5. ¿La Institución cuenta con un departamento de Comunicación?

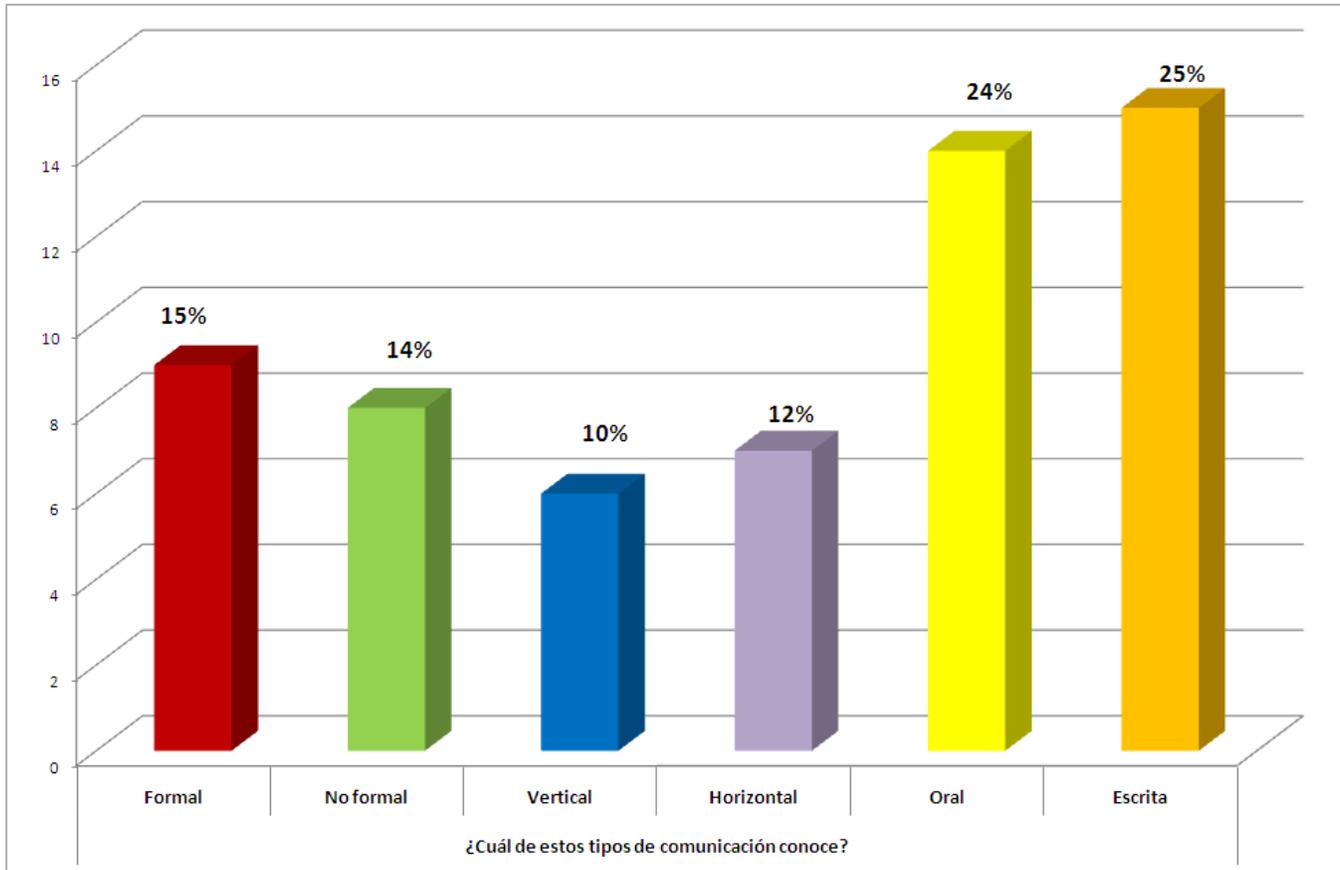
Gráfica No 5



La intención de esta pregunta fue averiguar si los encuestados consideraban a la persona encargada de comunicación como un "Departamento de Comunicación". En esta interrogante los encuestados respondieron en un 47% que si existe un departamento de comunicación social dentro de la institución, dato que demuestra que aunque no es muy alto el conocimiento del mismo, si se tiene la idea de su existencia. Un dato muy curioso es que el 33% opinó que no existe tal departamento, por lo que es importante para el encargado de comunicación exponer más la labor que realiza, misma interpretación se da a en la opción número tres a esta pregunta, la cual fue calificada por los encuestados en un 20%, datos que reflejan que más de la mitad del personal de PRODI opinaron que no existe un departamento de comunicación dentro de PRODI.

6. ¿Cuál de estos tipos de comunicación conoce?

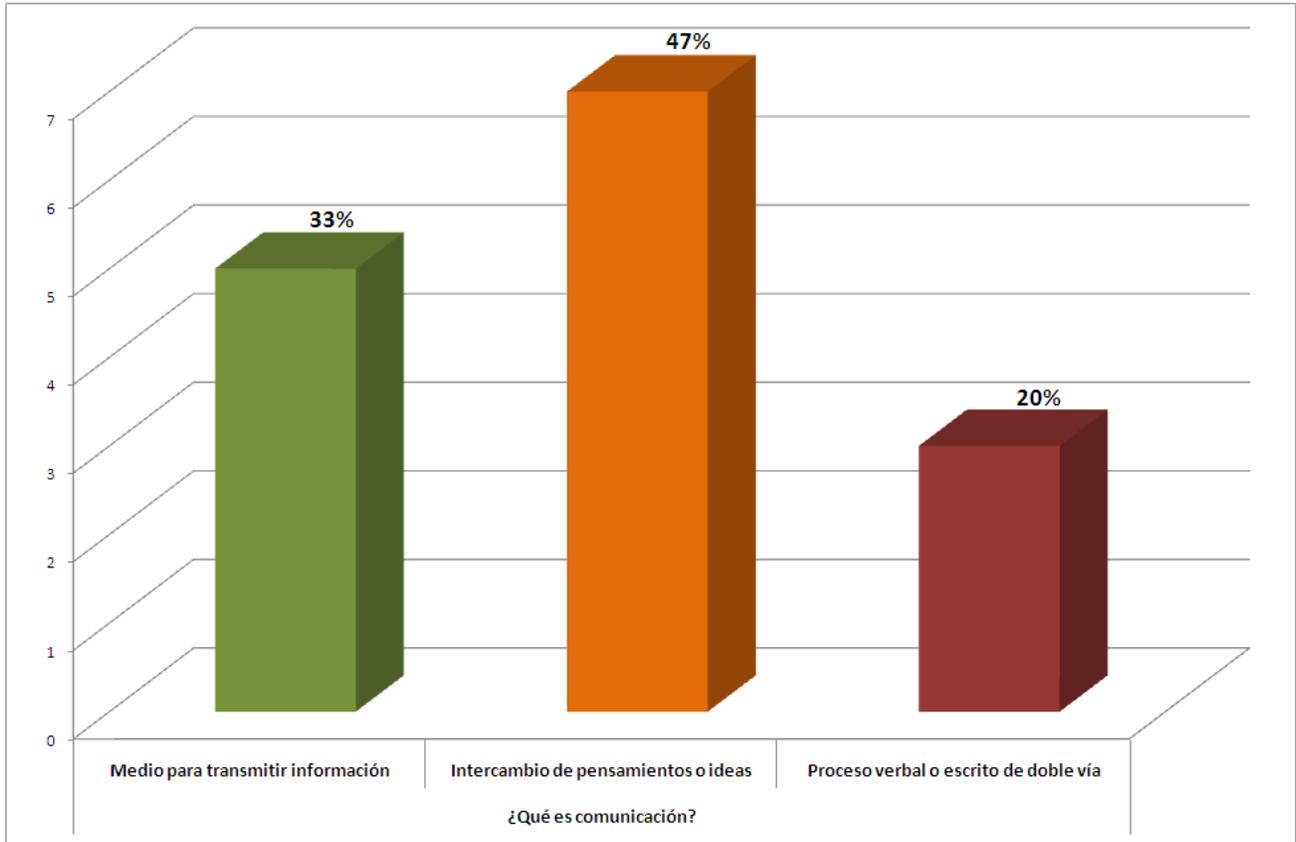
Gráfica No 6



En esta pregunta se colocaron seis opciones de respuesta, todos los encuestados en su mayoría opinaron que conocían varias de ellas, siendo la más alta la comunicación escrita, por lo que se deduce que esta sería un tipo de comunicación viable en esta empresa, el segundo tipo de comunicación más conocido es la oral la cual es importante en la comunicación dentro de las relaciones humanas de los trabajadores, seguidas por las comunicaciones de tipo formal e informal que son similares a las anteriores, la vertical y la horizontal son la de menos conocimiento, ya que es posible que por su poca divulgación a nivel general no sean tan conocidas.

7. ¿Qué es comunicación?

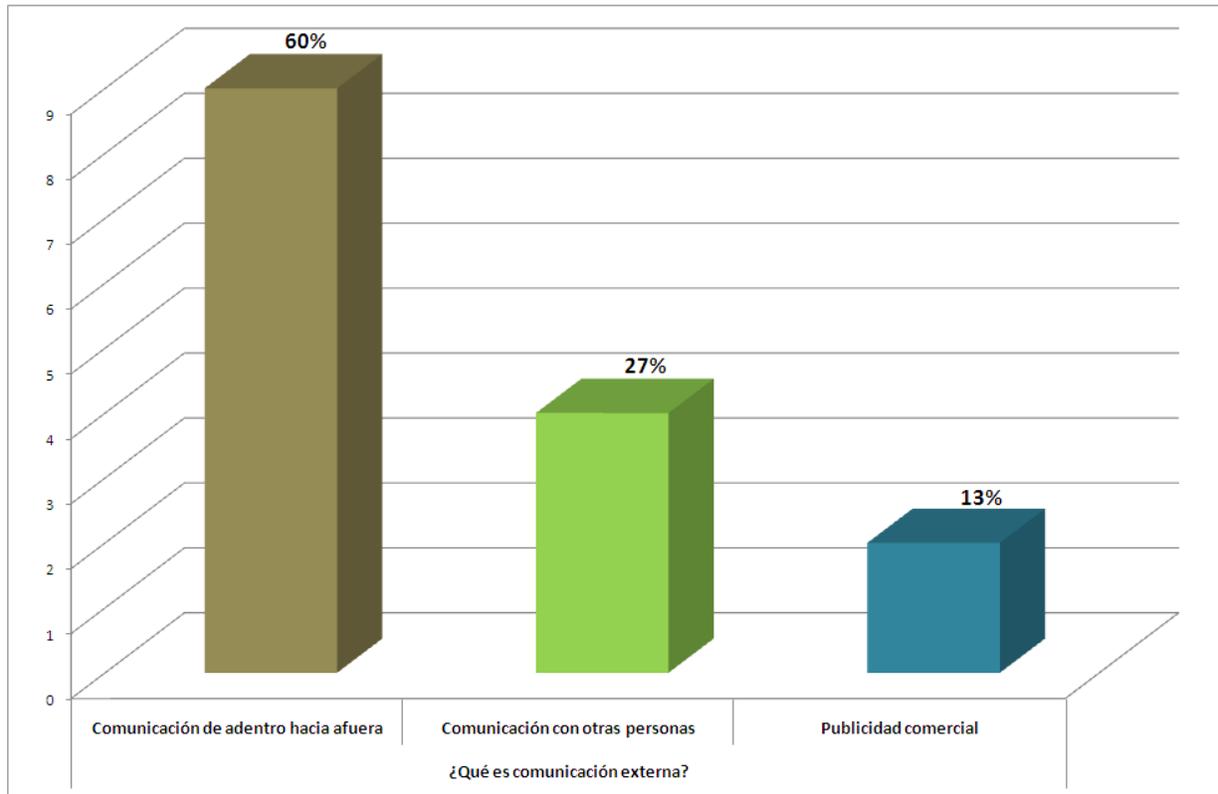
Gráfica No 7



La mayoría de los encuestados en un 47% opina que la comunicación es un intercambio de pensamientos e ideas, lo que demuestra que la noción de este concepto es aceptable dentro del personal de PRODI, teniendo en cuenta que opinan desde un punto de vista de interrelación con sus compañeros de trabajo. Un 33% opina que comunicación es un medio para transmitir información, concepto no lejano al real, se puede interpretar que tienen el concepto de una forma laboral, ya que la utilizan para transferir información entre los diferentes departamentos. Y en menor porcentaje, pero de una forma más acertada se ubica un 20% que opina que la comunicación es un proceso verbal o escrito de doble vía, concepto aceptable, ya que precisamente la comunicación debe darse de esa manera.

8. ¿Qué es comunicación Externa?

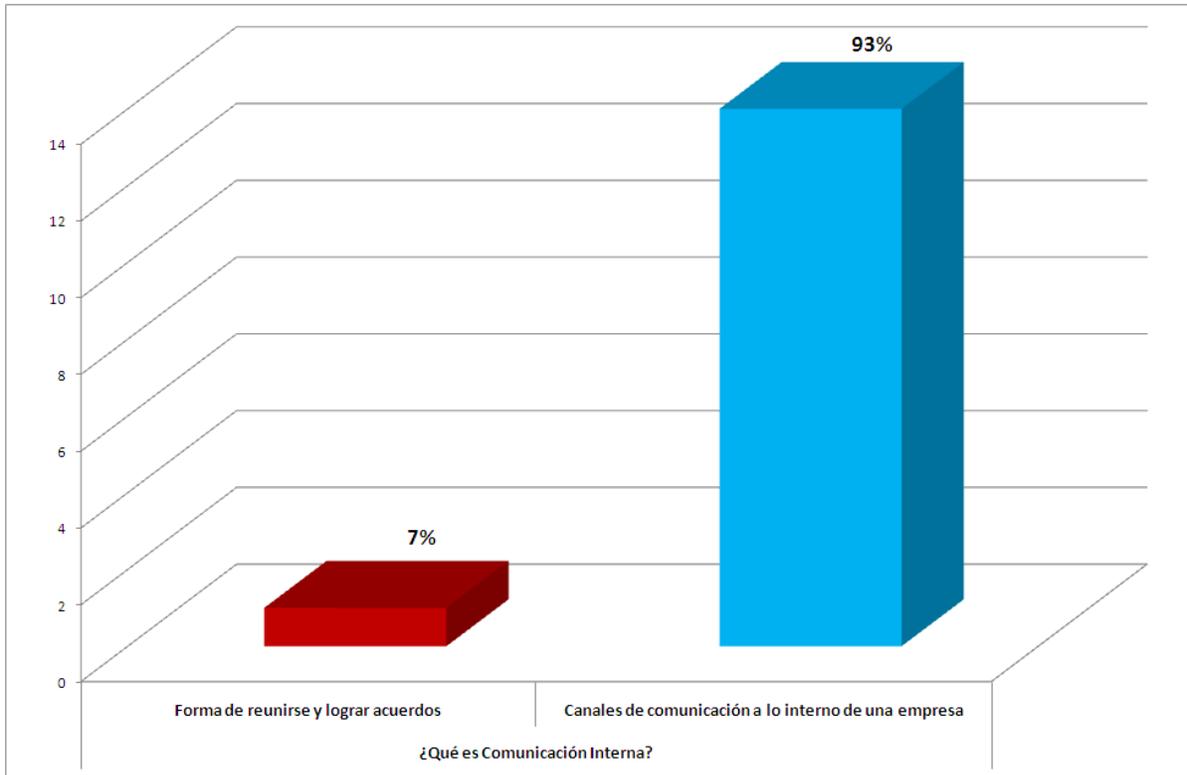
Gráfica No 8



El 60% opina que la comunicación externa es comunicar algo de adentro hacia afuera de la institución, lo que nos ubica en un plano de conocimientos aceptables por parte de los encuestados, esto es importante porque facilita los procesos de comunicación dentro y fuera de una empresa, ya que los empleados tienen conocimiento del concepto de este tipo de comunicación. El 27% de la muestra expresó que este concepto se relaciona con comunicarse entres sí con otras personas, noción aceptable, ya que la comunicación externa interrelaciona a personas con masas, pero puede darse también de una forma de persona a persona, y finalmente se ubica un 13% que opina que este tipo de comunicación se relaciona con actividades publicitarias y comerciales, que efectivamente es parte de la comunicación externa en empresas que ofrecen y venden un producto o servicio.

9. ¿Qué es comunicación Interna?

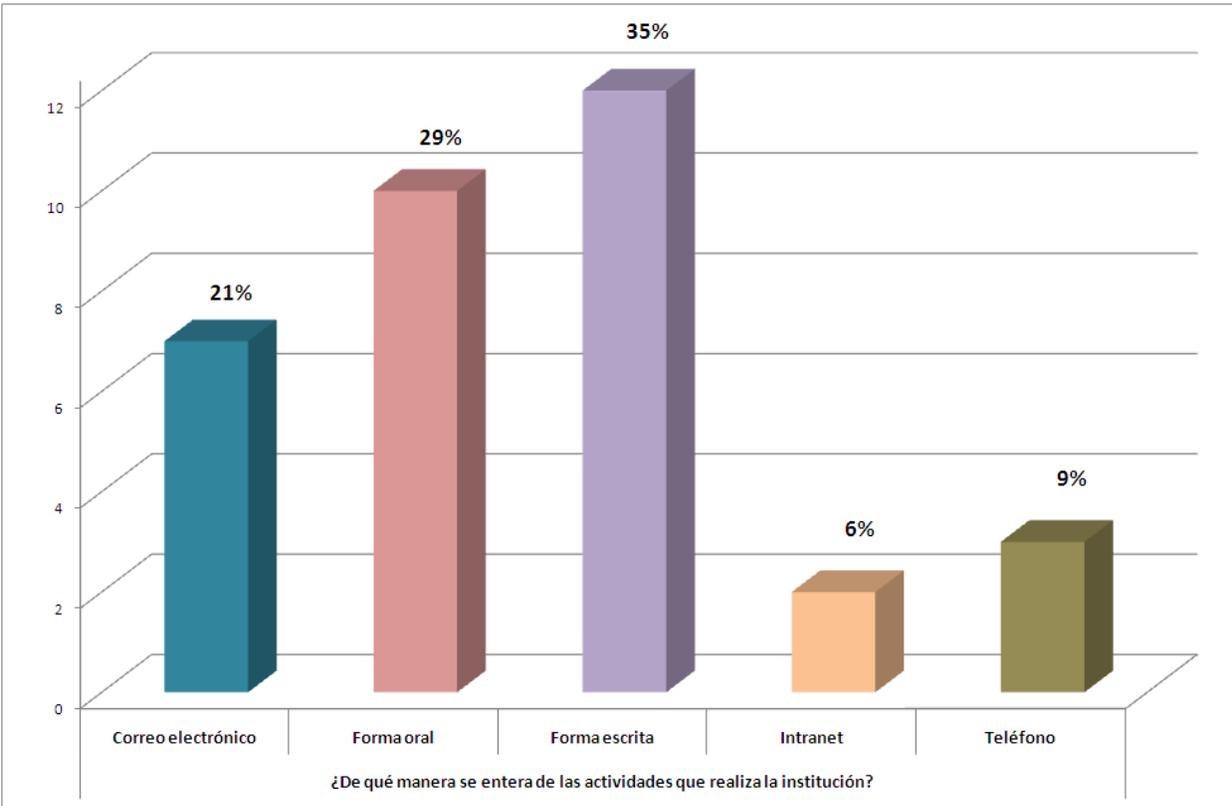
Gráfica No 9



Los encuestados demostraron que tiene un conocimiento y un concepto claro y aceptable de lo que es comunicación interna, el 93% opina que son canales de intercambio de información dentro de una empresa, este hallazgo facilita el desarrollo de la comunicación interna dentro de PRODI, ya que el concepto es conocido por la mayoría de sus empleados, facilitando de esta forma la dinámica de la comunicación dentro de esta institución. En otro concepto de este tipo de comunicación se ubica un restante 7% que opina que la comunicación interna es reunirse y llegar a acuerdos dentro de una empresa.

10. ¿De qué manera se entera de las actividades que realiza la institución?

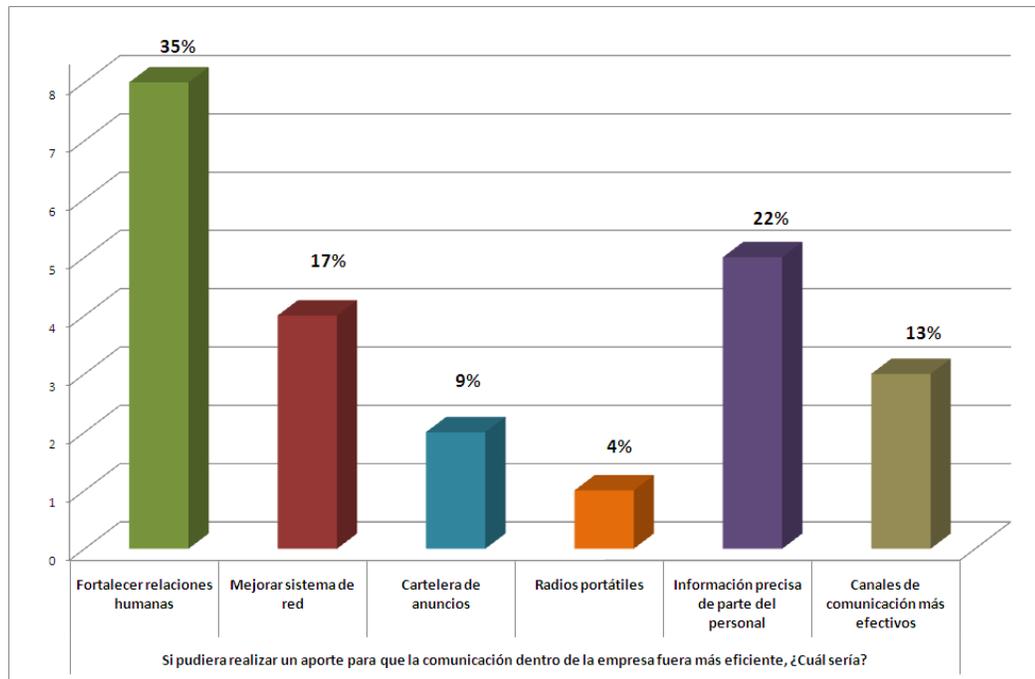
Gráfica No 10



Para esta pregunta, hubo cinco respuestas que fueron las más significativas, el porcentaje más alto (35%) lo ocupó la comunicación escrita, lo que afirma la seriedad y formalidad de informar sobre las actividades que se realizan dentro de esta institución, seguida por un 29% que opina que la comunicación de forma oral también es utilizada en esta empresa, comunicación que es informal, ya que tiende a distorsionar los mensajes, pudiendo caer en los rumores o chismes, conceptos nada sanos en la comunicación interna. El correo electrónico es la tercera vía más utilizada (21%), lo que confirma que la tecnología es parte fundamental de la comunicación de PRODI. Con un 6% se ubica la intranet, porcentaje bajo si tenemos en cuenta que existe una red informática dentro de esta institución, aunque se puede interpretar que este canal es exclusivo del personal administrativo y no de campo que ocupa el porcentaje más alto en el personal de la institución. Y finalmente con un 9% se detectó el uso de la comunicación vía telefónica, este tipo de comunicación es viable, ya que es inmediata, aunque también cae dentro de la informalidad de la comunicación oral.

11. ¿Si pudiera realizar un aporte para que la comunicación dentro de la empresa fuera más eficiente, cual sería?

Gráfica No 11



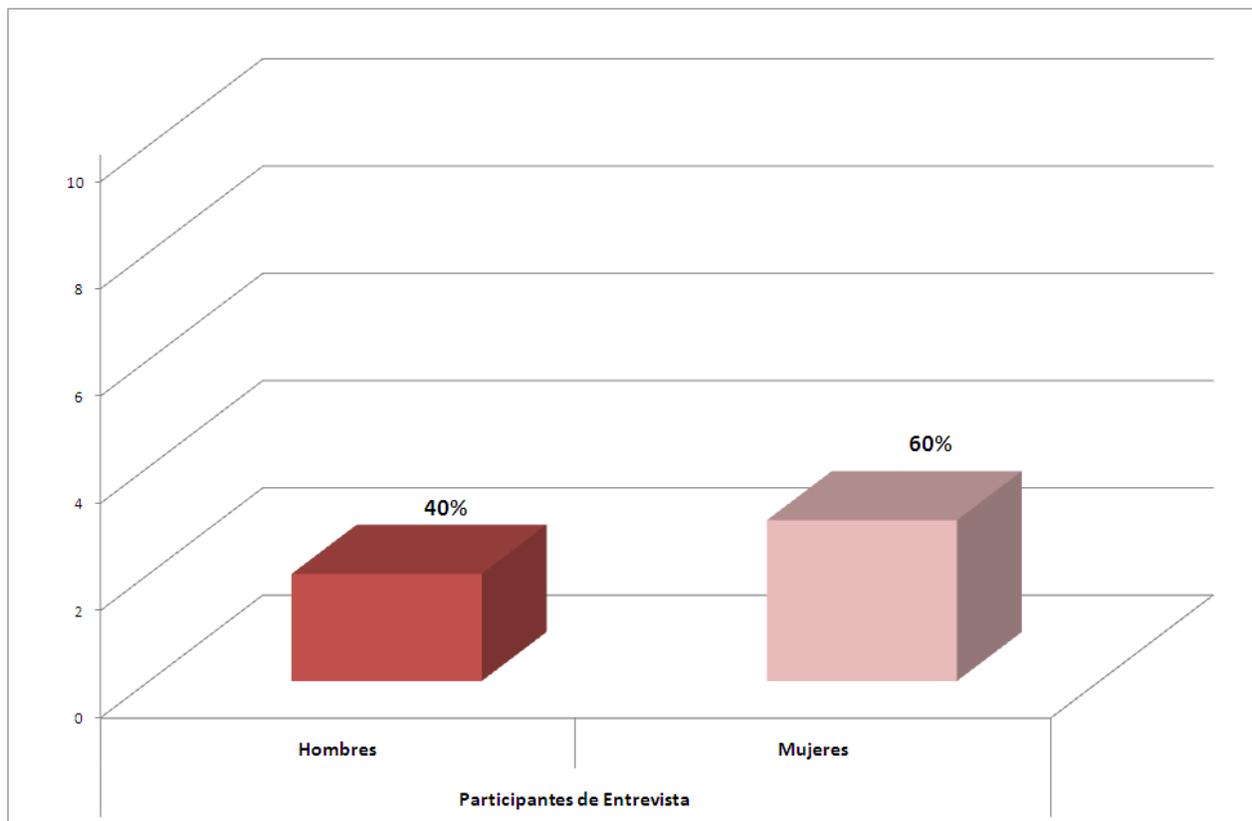
La finalidad de esta pregunta fue detectar el sentir de los empleados con respecto a las vías y canales de comunicación interna y la forma en que estas pueden ser mejor utilizadas, las respuestas se ubican de la siguiente forma:

El 35% indicó que para mejorar la comunicación dentro de PRODI es necesario fortalecer las relaciones humanas de los empleados, esto podría deberse a que la mayoría de empleados realiza trabajo de campo, es decir su permanencia en las oficinas es poca y esto debilita las relaciones humanas entre trabajadores, más sin embargo la relación laboral entre estos según resultados de esta encuesta es buena. El 22% opina que la información que posee cada empleado debe mejorar, ya que a veces no se tiene información de importancia que es fundamental para el desarrollo de las actividades, lo conlleva a deducir que la comunicación se da de una forma vertical, ya que la información no es manejada por todo el personal, este es un indicador de debilidad para el buen desarrollo de las actividades institucionales, ya que hoy la comunicación en las empresas debe de ser horizontal para evitar la desinformación y la baja productividad de la organización. El 17% opina que debe mejorar el sistema de red, un 13% destaca que deben de crearse canales de comunicación más efectivos. Un 9% opinó que debe de existir una cartelera de anuncios. Finalmente con un bajo 4% se sugirió la dotación de radios de telecomunicación portátiles para los empleados de campo, ya que según la respuesta esto facilitaría los procesos de comunicación en las zonas de acción donde PRODI tiene presencia.

Resultados de la entrevista practicada a cinco colaboradores del personal de junta directiva y administrativo de Programas y Proyectos de Desarrollo Integral –PRODI-.

1. Género de personas entrevistadas

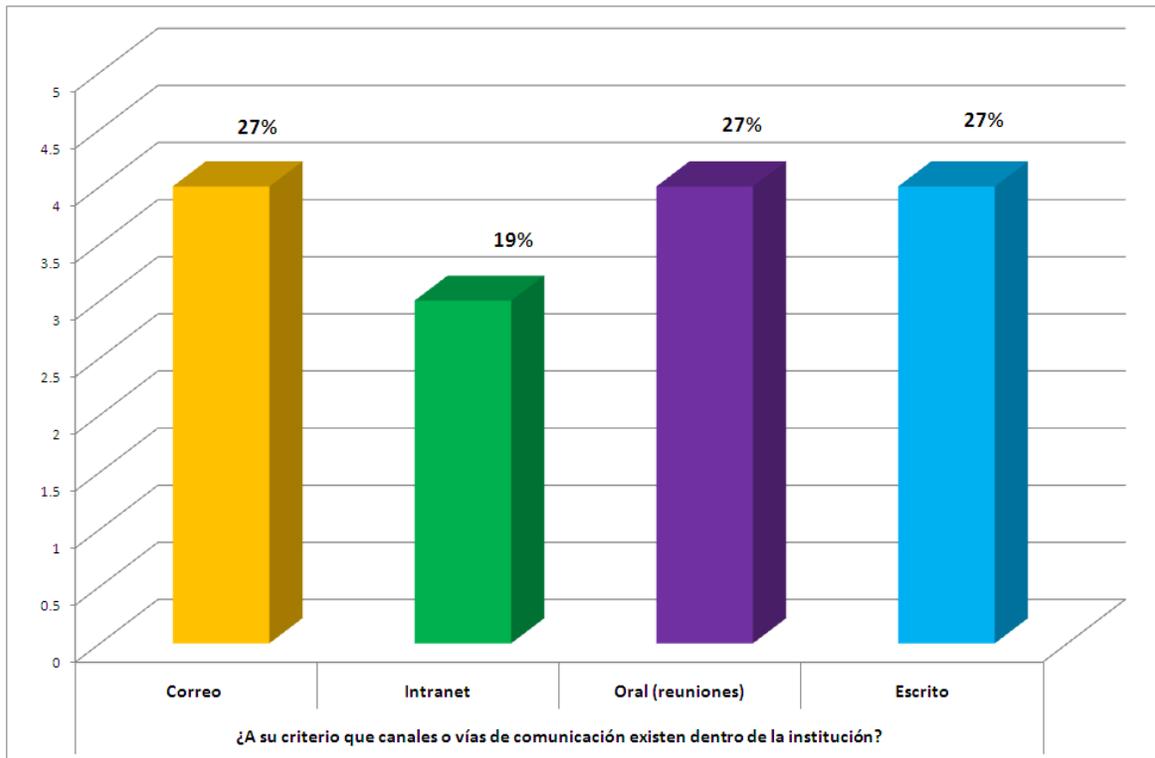
Gráfica No 1



En la entrevista realizada a cinco personas del departamento administrativo y junta directiva de PRODI, se refleja que el 60% de la muestra pertenece al sexo femenino, contrario al resultado de la encuesta en donde la mayoría en los otros departamentos es masculina, en un 40% restante se observa que los entrevistados son hombres, reflejando una leve mayoría del sexo femenino.

2. ¿A su criterio, qué canales o vías de comunicación existen dentro de la institución?

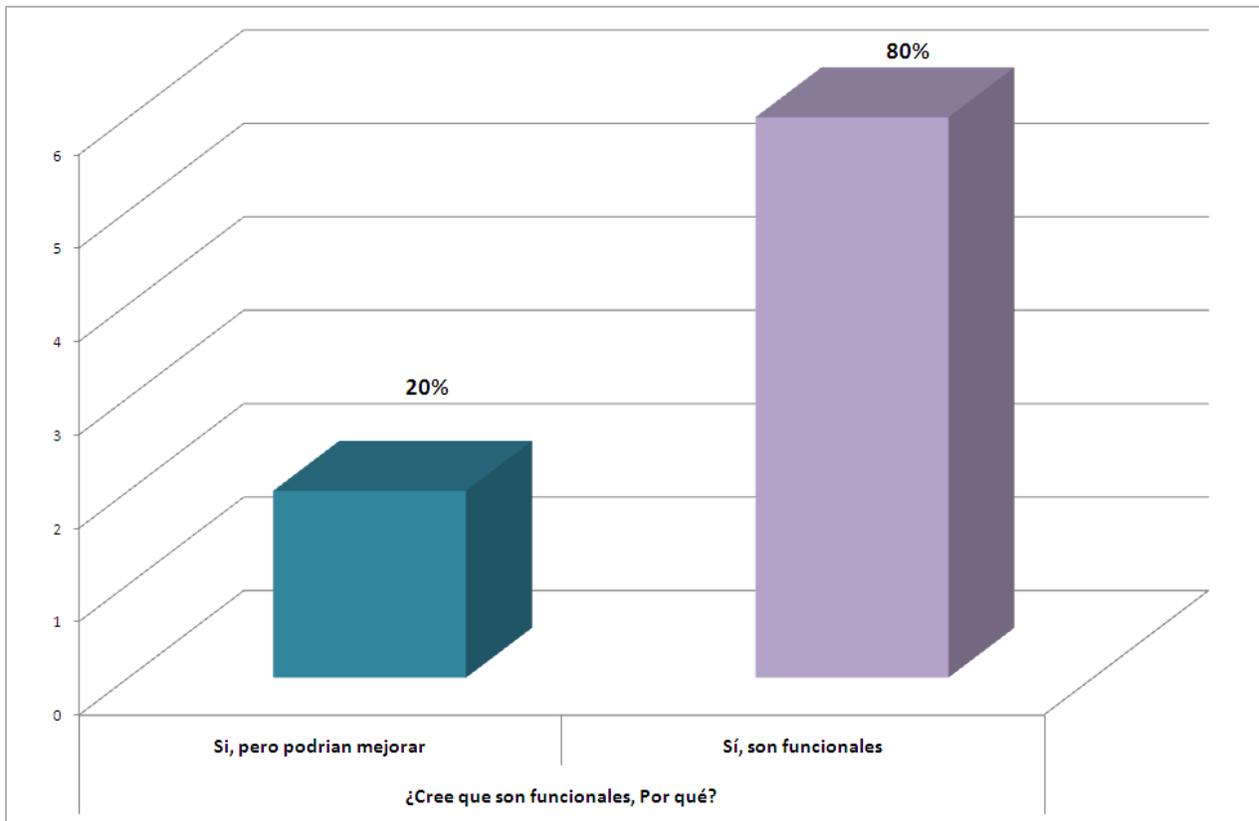
Gráfica No 2



La junta directiva y el personal administrativo coinciden que los canales o vías de comunicación existentes en PRODI son; correo electrónico, comunicación escrita, comunicación oral, esta última es utilizada en momentos de reunión de junta directiva o en reuniones del personal administrativo, calificando estas tres en un mismo porcentaje (27%), lo que demuestra que la comunicación por escrito según los entrevistados es funcional en las comunicaciones internas de esta institución, la comunicación vía intranet ocupa un 19% observando el uso de la tecnología en las comunicaciones internas.

3. ¿Cree que son funcionales?

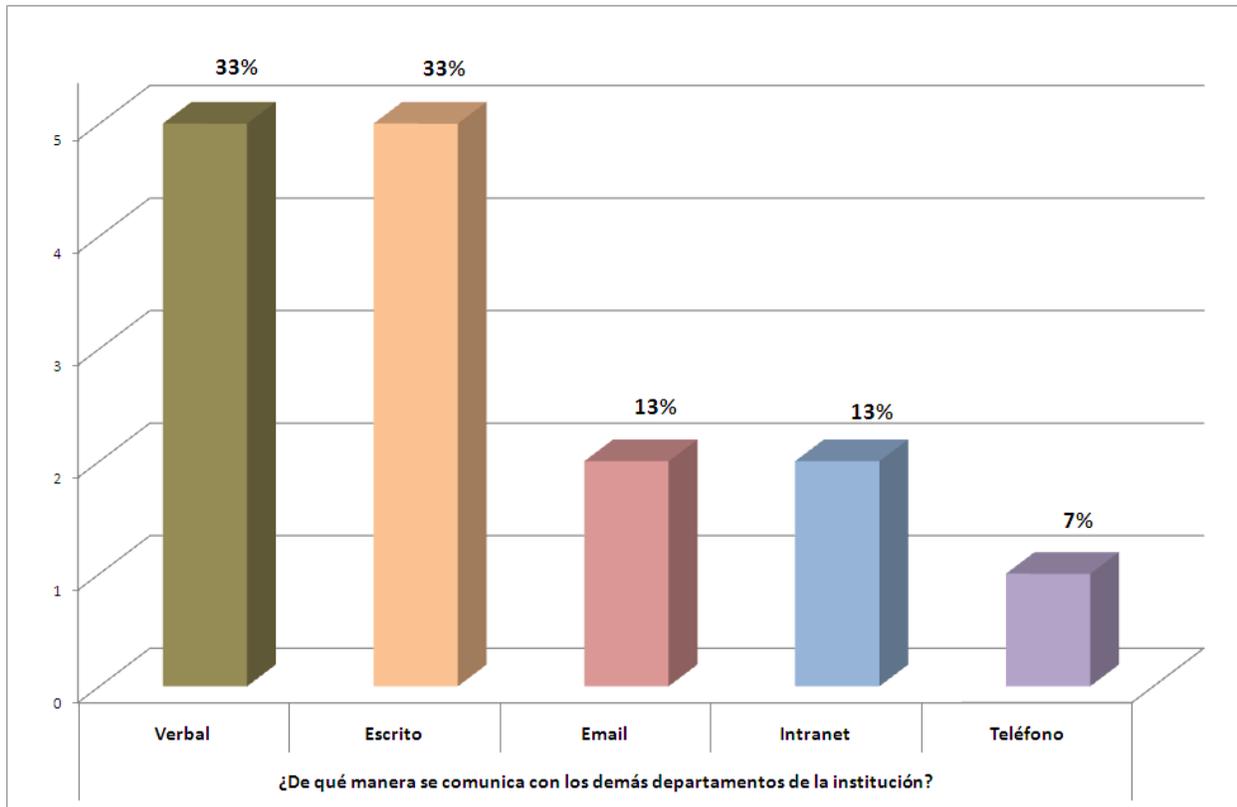
Gráfica No 3



El 80% por ciento de los entrevistados señala que los canales o vías de comunicación existentes dentro de PRODI, son funcionales, lo que demuestra que según la opinión de los entrevistados son efectivos, pero también hay que recalcar que un 20% de los entrevistados señaló que estos canales aunque son funcionales, podrían tener mejoras, lo que demuestra una barrera o ruido dentro de la comunicación interna de esta institución.

4. ¿De qué manera se comunica con los demás departamentos de la institución?

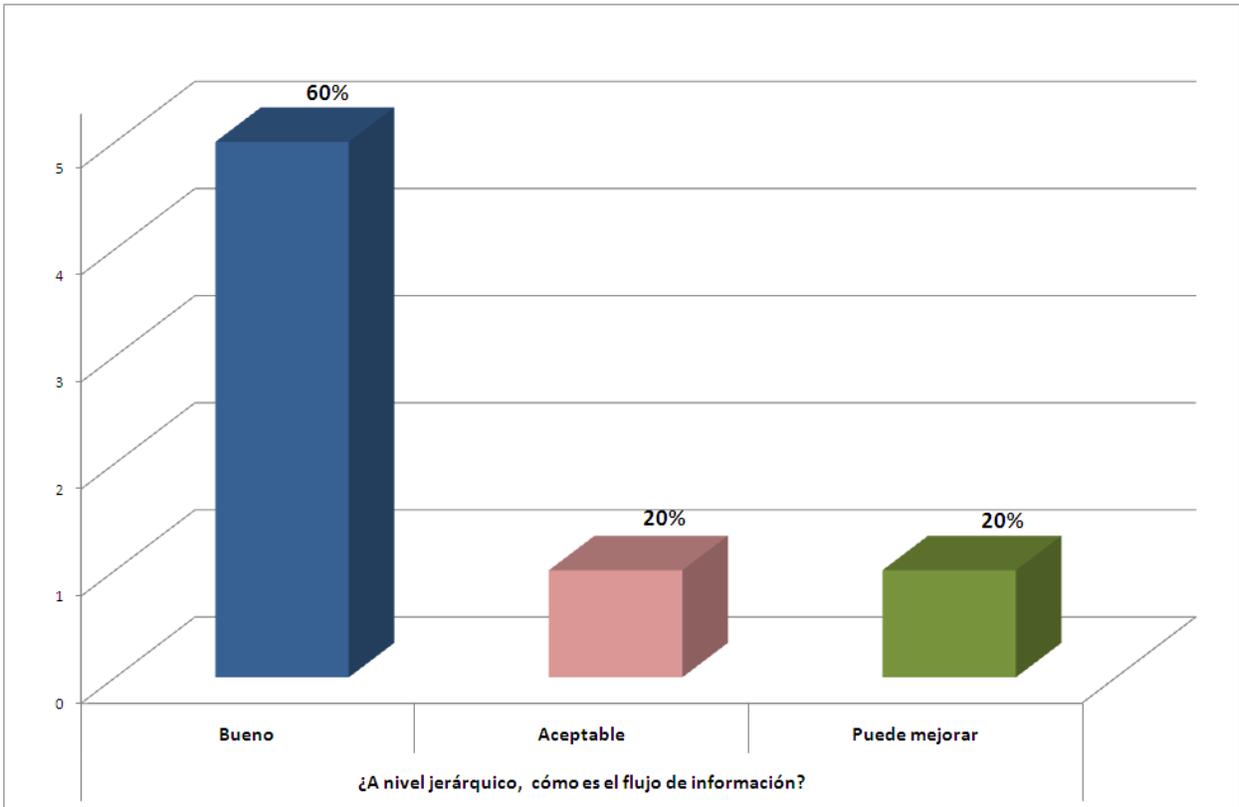
Gráfica No 4



La comunicación según la junta directiva y el personal administrativo se da por igual de dos maneras (33%), oral y escrita, lo que demuestra que existe un flujo de comunicación interna formal. Debemos recalcar el peligro en las organizaciones de utilizar demasiado la comunicación oral, ya que peligran la seriedad de la información, pudiendo caer en barreras chimes y ruidos. La informática es de uso regular dentro de la comunicación interna de PRODI, ya que la intranet y el correo electrónico igualan con una calificación del 13%, teniendo en cuenta que en el personal de la Junta Directiva y Administrativo todos cuentan con una computadora de escritorio, pudiendo darle un mejor uso a esta herramienta informática, y por último, con un 7% se califica a la comunicación telefónica como la quinta más usada dentro las comunicaciones en esta institución, herramienta eficaz para comunicarse con el personal de Campo en el que la mayoría de empleados no permanece en la oficina durante la semana laboral.

5. ¿A nivel Jerárquico, cómo es el flujo de información?

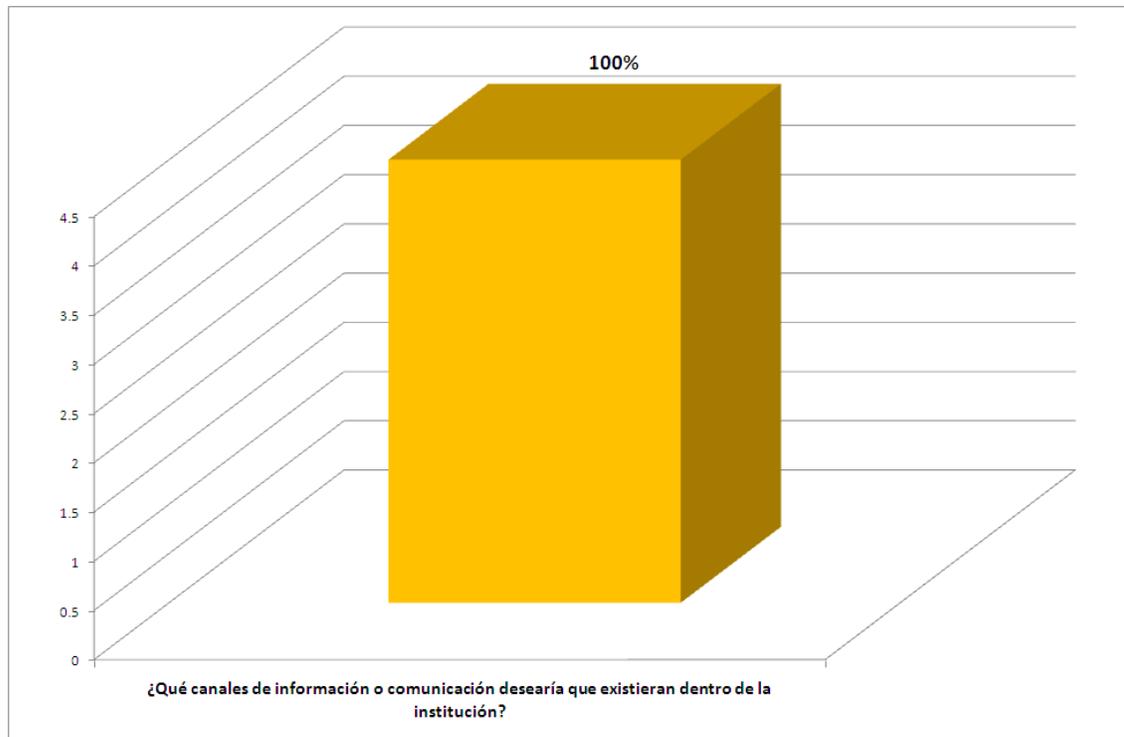
Gráfica No 5



En un 60% los encuestados indicaron que jerárquicamente el flujo de información es bueno, lo que demuestra una armonía en la comunicación e información de esta institución, esta calificación es importante teniendo en cuenta que la comunicación jerárquica es parte importante en todas las empresas. También es importante recalcar que el 20% opina que este flujo comunicativo es aceptable, reflejando la idea de una mejora en la comunicación jerárquica de PRODI, otro 20% opinó que este flujo informativo puede mejorar, lo que nos lleva a deducir que existe el criterio que la comunicación interna puede tener mejoras, ya que refleja una cerrada diferencia (60% vrs 40%) deduciendo nuevamente que la institución puede estarse comunicando de una forma vertical, que no es aconsejable en la actualidad empresarial.

6. ¿Qué canales de comunicación desearía existieran dentro de la institución?

Gráfica No 6



El 100% contesta a esta pregunta que los canales ya existentes son funcionales, pero pueden mejorar, resultado que compromete a esta institución a mejorar el uso de estos, para que la comunicación interna dentro de PRODI sea funcional y de aceptación ante sus clientes internos y esto represente confiabilidad y productividad en el ambiente empresarial de la empresa.

4.1 FODA

Para mejorar el resultado de esta investigación, se realizó un FODA, esto con el fin de identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que fortifican o aminoran las actividades y el desarrollo de comunicación interna en PRODI.

FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ol style="list-style-type: none">1. Existe una buena relación laboral entre empleados de los diferentes departamentos.2. La mayoría de los empleados tienen un concepto aceptable de comunicación interna.3. Todos los empleados conocen los canales de comunicación existentes y tiene la capacidad de utilizar nuevas tecnologías como herramientas de comunicación.	<ol style="list-style-type: none">1. Actitud positiva de los empleados a utilizar nuevos canales de comunicación.2. Conocimiento del concepto de comunicación interna.3. Anuencia de la Dirección Ejecutiva de PRODI a crear nuevos canales y vías de comunicación, y reforzar los existentes.
Debilidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none">1. Formalmente no existe un departamento de comunicación.2. Poco uso de intranet y correo electrónico para el personal del departamento de Campo.3. La mayoría de los colaboradores acepta que los canales existentes son funcionales, aunque se debe de mejorar su uso.	<ol style="list-style-type: none">1. Alto uso de la comunicación oral e informal.2. Colaboradores coinciden que deben de mejorarse las relaciones humanas.3. La comunicación jerárquica se da de forma vertical.

Conclusiones

- 1) Los canales de comunicación internos identificados fueron los siguientes: La intranet, el internet y el teléfono son medios utilizados por el personal administrativo; el internet y el teléfono son canales que utiliza el personal de campo.
- 2) El proceso de comunicación interno fluye de manera efectiva dentro de cada departamento, la comunicación es débil y de poca información cuando se relaciona un departamento con otro, lo que demuestra que la relación laboral de los empleados es buena, aunque las relaciones interpersonales muestran deficiencias, esto a raíz que la comunicación se da de una forma vertical, de arriba hacia abajo de manera jerárquica. Es Formal porque medios como el internet, la intranet y la comunicación escrita son herramientas bien utilizadas por el personal Administrativo y Junta Directiva, mientras que la comunicación Informal; como la verbal y el teléfono son más utilizadas por el personal de Campo.
- 3) Todos los empleados tienen el concepto claro de comunicación interna, utilizan canales y formas de comunicación modernas y de fácil uso, aunque estas podrían mejorar en la forma de su utilización, esto podría darse a raíz de que no existe un departamento de comunicación social formal establecido, que analice y forme a los colaboradores para un uso eficaz de los canales y la forma correcta de comunicarse internamente.
- 4) Para que exista una comunicación fluida y viable en esta institución debe darse una sintonía de mensajes que lleguen a todos por igual utilizando canales como; memorandos, reuniones de trabajo presenciales semanalmente, mensajes de texto a celulares y correos electrónicos con acuso de recibido.

Recomendaciones

Para la Institución:

- 1) Fortalecer el uso de la comunicación formal, a través de talleres de capacitación en el uso adecuado y correcto de herramientas que faciliten esta comunicación, esto con el fin de minimizar ruidos o barreras que puedan darse y que sean contradictorias a los objetivos de la institución.
- 2) Fortalecer las relaciones humanas, destacando la armonía y confianza entre todos los empleados de los distintos departamentos, esto a través de talleres de motivación, relaciones humanas y actividades recreativas, un cambio de actitud interna mejoraría la comunicación y elevaría la productividad institucional.
- 3) Creación de un departamento de Comunicación Social, para que este sea el encargado de diseñar, implementar y capacitar en el buen uso de las formas y canales de comunicación interna.

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

- 1) Motivar al estudiante a realizar investigaciones sobre comunicación interna, ya que en la actualidad la tarea del comunicador social no sólo se puede desempeñar en un medio de comunicación, sino también en el área investigativa social.

Al Estudiante:

- 1) Interesarse por conocer y ser parte de la tendencia actual del desarrollo social en Guatemala, en donde los comunicadores sociales diseñan y planifican estrategias de comunicación, integradas a otros programas y proyectos que acompañan el proceso de desarrollo de nuestro país.

Bibliografía

Bibliografía Citada:

1. Becvar, Raphael J. 1989. Métodos para la Comunicación Efectiva. México: LIMUSA. 29 p.
2. Bolaños Calvo, Bolivar. 2002. Comunicación Escrita. 2da. ed. San José, Costa Rica: EUNED. 527 p.
3. Comunicación Interna, gestión de empresas. 2008. España: Vértice. 8-9 p.
4. Checa Godoy, Antonio. 2008. Historia de la Comunicación: De la Crónica a la Disciplina Científica. La Coruña, España: NETBIBLO, S.L. 70 p.
5. Fernández Collado, Carlos. 1998. La Comunicación en las Organizaciones. México: Editorial Trillas. 12-14 p.
6. García Jiménez, Jesús. 1998. La Comunicación Interna. España: Ediciones Díaz de Santos p 1.
7. Guatemala Leyes, Decretos, Códigos etc. Decreto -2003. Ley de organizaciones no gubernamentales para el desarrollo, Centro Nacional de Análisis y Documentación Judicial, Organismo Judicial, Guatemala C.A. 2003. Guatemala: Tipografía Nacional. 2 p.
8. Hidalgo Calvo, César. 1986. Teoría y Práctica de la Propaganda Contemporánea. Santiago de Chile, Chile: Andrés Bello. 1 p.
9. Niño Rojas, Víctor Miguel. 1994. Los Procesos de Comunicación y del Lenguaje Fundamentos y Prácticas. 2da. ed. Colombia: ECOE. 62-63 p.
10. Lacasa, Antonio S. 2004. Gestión de la Comunicación Empresarial. España: Ediciones Gestión 2000. 102-103 p.
11. Ongallo, Carlos. 2007. Manual de Comunicación: guía para gestionar el conocimiento, la información y la comunicación. España: Editorial Dykinson S.L. 78, 82 p.
12. Pérez, Eduardo y Luis Ángel Oteo. 2006. Manuales de dirección médica y gestión clínica, Función directiva y recursos humanos en sanidad. España: Ediciones Díaz de Santos. 244 p.
13. Perfil de las organizaciones no gubernamentales en Guatemala. 1998. Foro de Coordinaciones de ONG de Guatemala. Guatemala: Universidad de Michigan 7, 8, 9, 37, 39,40 p.
14. Robbins, Sthepen P. 2004. Comportamiento Organizacional. 10ma. ed. México: Pearson Educación. 285 p.

15. Rodríguez Rowe, Verónica. 2008. Comunicación Corporativa: Un derecho y un deber. Santiago de Chile, Chile: RIL. 53 p.
16. Sanz González, Miguel Ángel y María Ángeles González Lobo. 2005. Identidad Corporativa, Claves de la Comunicación Empresarial. Madrid, España: ANORMI. S.L... 154-156 p.

Bibliografía Consultada:

1. Mérida González, Aracelly Krisanda. 2009. Guía para Elaborar y Presentar la Tesis. Guatemala: Editorial ARAKRIS.
2. Mérida González, Aracelly Krisanda . 2011. Manual de Búsqueda, Descripción Bibliográfica, Citas Dentro del Texto y Criterios para Evaluar la Calidad de las Fuentes de Información. Guatemala.
3. Programas y Proyectos de Desarrollo Integral –PRODI-. 2009. Memoria de Labores 2009, Programa de Calidad en el Aprendizaje, San Pedro Carchá, Alta Verapaz. Guatemala. Imprenta Molina.
4. Programas y Proyectos de Desarrollo Integral -PRODI-. 2009. Memoria de Labores 2009, Programa de Calidad en el Aprendizaje, Los Amates y Morales, Izabal. Guatemala. Imprenta Molina.

Tesis:

1. Cruz Herrera, Brenda del Rosario. 2010. Propuesta de Comunicación para la Asociación Solidarista de Compañía Distribuidora, S.A. y Empresas Anexas (ASDECO). Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala.
2. Hernández Morales, Royson Elicerio. 2009. La Comunicación Organizacional Interna en una Empresa de Servicio Aduanero en la ciudad de Guatemala. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala.

3. Hurtarte Pinto, Silvia. 2006. Diagnóstico de la comunicación interna de una entidad financiera. Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala.
4. Lobos Vivar, María Alejandra. 2002. La Comunicación Social en las ONG's de Guatemala. Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala. 22-23 p.
5. Ramírez Rodríguez, Rosaura Maribel. 2007. Propuesta de una estrategia Comunicacional Interna y Externa para crearle una imagen Institucional Al Museo Nacional de Arqueología y Etnología. Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala.

E-grafías:

1. Programas y Proyectos de Desarrollo Integral. Página Oficial. 2011.
www.prodiguatemala.org. fecha de consulta: 25 de febrero de 2011.
2. RAE. 2011. Comunicación.
http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=comunicación. Fecha de consulta 24 de marzo de 2011.
3. Universia. 2011. Breve Historia de las ONG's.
<http://solidaridad.universia.es/informacion/historiaongs.htm>. Fecha de consulta 22 de marzo de 2011.

Anexos



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION



La presente encuesta está diseñada para detectar la situación de la comunicación interna de la ONG Programas y Proyectos de Desarrollo Integral –PRODI-, se agradece contestarla de la manera más objetiva y honesta.

Encuesta

Nombre del departamento labora: _____

1. ¿Desde hace cuanto labora para PRODI?

Menos de un año ___ Más de Un año ___ Más de 3 años ___ Mas de 5 años ___

2. ¿En qué área de trabajo se desempeña?

Administrativa ___ Campo ___ Ambas ___ Otras ___

3. La Relación con sus compañeros de trabajo es:

Excelente ___ Buena ___ Regular ___ Mala ___ Pésima ___

4. ¿La Institución cuenta con un departamento de Comunicación?

Si ___ No ___ No sabe ___

5. ¿Cuál de estos tipos de comunicación conoce?

Formal ___ No Formal ___ Vertical ___ Horizontal ___ Oral ___ Escrita ___



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION



La presente encuesta está diseñada para detectar la situación de la comunicación interna de la ONG Programas y Proyectos de Desarrollo Integral –PRODI-, se agradece contestarla de la manera más objetiva y honesta.

Entrevista

Nombre del departamento donde labora: _____

1. ¿A su criterio que canales o vías de comunicación existen dentro de la institución?
2. ¿Cree que son funcionales, Por qué?
3. ¿De qué manera se comunica con los demás departamentos de la institución?
4. ¿A nivel jerárquico, cómo es el flujo de información?
5. ¿Qué canales de comunicación desearía existieran dentro de la institución?