

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE
RELACIONES PÚBLICAS EN LA ASOCIACIÓN DE AUXILIO
PÓSTUMO DEL MAGISTERIO NACIONAL DE GUATEMALA**

Guatemala, Octubre 2,012



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

TRABAJO DE TESIS PRESENTADO POR:

**Evelyn Lucrecia Karina Chutan Reyes
Carné No.199921751**

**Previo a obtener el título de Licenciada en Ciencias de la
Comunicación**

Asesora Tesis

Licenciada C. Yolanda Gómez M.

**PARA LOS EFECTOS, ÚNICAMENTE LA AUTORA ES RESPONSABLE DEL
CONTENIDO DE ESTE TRABAJO**

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Director

Lic. Julio Moreno Sebastián

Representantes Docentes

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Brán

Representantes Estudiantiles

Pub. José Jonathan Girón

Pub. Aníbal De León

Representante de Egresados

Lic. Michael González Bártres

Secretaría Administrativa

M.A. Claudia Molina

Tribunal Examinador

Licda. Carmen Yolanda Gómez, presidente (a).

Dra. Lesvia Morales, revisor (a).

M.A. María del Rosario Estrada, revisor (a).

M.A. Silvia Búcaro, examinador (a).

M.A. Amanda Ballina, examinador (a).

Licda. Imelda González, suplente.

INDICE

INTRODUCCIÓN	i
CAPÍTULO I	1
1. MARCO CONCEPTUAL	1
1.1. Título del tema: Propuesta para la Creación del Departamento de Relaciones Públicas en la Asociación de Auxilio Póstumo del Magisterio Nacional de Guatemala 1	
1.2. Antecedentes	1
1.3. Justificación.....	6
1.4. Planteamiento del Problema.....	7
1.5. Alcances y Límites Justificación del Tema.....	8
CAPÍTULO II	10
2. MARCO TEÓRICO	10
2.1. Las Relaciones Públicas	10
2.1.1. Definición	10
2.1.2. Origen Histórico de las Relaciones Públicas	11
2.1.3. La Función de las Relaciones Públicas.....	12
2.1.4. Clasificación de las Relaciones Públicas.....	13
2.1.5. Relaciones Públicas Internas	13
2.1.5.1. Relaciones Públicas Externas	15
2.1.6. Puestos en el Departamento de Relaciones Públicas.....	15
2.1.7. Departamento de Relaciones Públicas.....	16
2.1.7.1. Administración y Organización de las Relaciones Públicas.....	16
2.1.8. Perfil del Profesional en Relaciones Públicas	16
2.1.8.1. Algunas Características Personales de un Relacionista Público.....	18
2.1.9. Funciones del Departamento de Relaciones Públicas Internas	19
2.2. Relaciones Públicas y Recursos Humanos.....	20
2.2.1. Comunicación con el Personal	27
2.2.1.1. Mantener Informado al Personal.....	28
2.2.1.2. Generar un Diálogo Verdadero.....	28
2.2.1.3. Auditoría de Comunicación	28
2.3. Asociación del Auxilio Póstumo del Magisterio Nacional de Guatemala	29
2.3.1. Que es una Asociación:	29
2.3.2. Denominación:	29
2.3.3. Creación.....	30
2.3.4. Los fines de la Asociación:.....	33
2.3.5. Programas	33
2.3.6. Domicilio	36
2.3.7. Misión y Visión	36
2.3.8. Los Estatutos	37
2.3.9. Identificación	37
2.3.10. Estructura de la Asociación de Auxilio Póstumo del Magisterio Nacional de Guatemala 38	
CAPÍTULO III	40
3. MARCO METODOLOGICO	40

3.1. Método o Tipo de Investigación:	40
3.2. Objetivo General:	40
3.2.1. Objetivos Específicos:	40
3.3. Técnica:	41
3.4. Instrumento:	41
3.5. Población o Universo:	41
CAPÍTULO IV.....	43
4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	43
4.1. Exposición de los Resultados.....	43
4.1.1. ¿Conoce documentos oficiales de la asociación?.....	43
4.1.2. Medios para la Comunicación Interna.....	49
4.2. Frecuencia con que la Asociación Establece Comunicación con Trabajadores y Asociados	53
4.3. Responsables de proporcionar Información.....	54
4.4. Necesidad de Información.....	58
4.5. Percepción de Problema de Comunicación Institucional.....	61
4.6. Necesidad del Departamento de Relaciones Públicas.....	62
4.7. Necesidad de un Sitio Web como parte de la Comunicación Interna	64
4.8. Propuestas para Mejorar o Resolver los Problemas de Comunicación en la Asociación	64
CAPÍTULO V	69
5. PROPUESTA DE ESTRATEGIA PARA LA CREACION DE UN DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS EN LA ASOCIACION DE AUXILIO POSTUMO DEL MAGISTERIO	69
5.1. Generalidades de la Propuesta.....	69
5.2. Oficina De RR.PP.	71
CONCLUSIONES.....	80
RECOMENDACIONES.....	81
BIBLIOGRAFÍA.....	82
ANEXOS.....	85

DEDICATORIAS

A Dios: Mi amigo incondicional en las buenas y en las malas, por iluminar mi camino en los momentos más difíciles de mi vida, y por darme la oportunidad de alcanzar esta meta.

A mi Mamá: Graciela Reyes, quien permanentemente me apoyó con su espíritu alentador, me enseñó que por más difíciles que sean las cosas siempre hay que luchar, su ejemplo ha sido la fuerza que me ha hecho seguir adelante; le dedico éste éxito.

A mi Abuelo: Quien ya está gozado de la Vida Eterna; pareciera que fue ayer cuando me aseguró que llegaría este momento, sus consejos y ejemplos han sido un pilar importante en mi vida, con mucho cariño le dedico este triunfo.

AGRADECIMIENTOS

La Universidad de San Carlos de Guatemala, centro de Enseñanza que inculcó en mí el profesionalismo, la responsabilidad y los conocimientos necesarios para ser una Profesional.

La Escuela de Ciencias de la Comunicación: Mi casa de estudios por muchos años, permitió que yo ocupara un espacio en sus aulas, me siento dichosa de contar con la oportunidad que muchas personas no tienen.

Licenciada Carmen Yolanda Gómez por confiar en mi persona, agradezco su Profesionalismo, esfuerzo, su dedicación, toda la ayuda incondicional, su asesoramiento en mi primer trabajo Profesional ha sido una buena experiencia gracias por su Amistad.

Mis Papas son la razón de mi vida, los guías para que yo sea una persona de bien, agradezco los esfuerzos y el Amor que siempre me han brindado.

Mis Hermanos, en especial a mis tres Hermanas, por el apoyo que siempre me brindaron, sus esfuerzos y buenos ejemplos han sido una parte importante en mi vida para alcanzar este triunfo.

La Asociación de Auxilio Póstumo del Magisterio Nacional de Guatemala, por permitirme aportar mis conocimientos, en este proyecto para Beneficio de la misma y de muchas personas.

Mi Tía Rosa Amparo, porque juntas emprendimos éste camino, gracias por tus consejos y buenos deseos y por apoyarme siempre, cuando más lo necesitaba.

Mis Amigas y Amigos que en todo momento me dieron sus consejos y apoyo incondicional, me motivaron a que luchara para alcanzar este éxito, que nuestra Amistad siga por siempre.

Usted, que en algún momento fue o es parte importante de este éxito, gracias por su apoyo incondicional y su Amistad, segura que este triunfo lo compartirá conmigo.

UN MUNDO MEJOR ES POSIBLE, CUANDO SE SUEÑA Y SE LUCHA PARA HACERLO REALIDAD, EN BIEN DE LA HUMANIDAD.

INTRODUCCIÓN

La Asociación de Auxilio Póstumo del Magisterio Nacional de Guatemala, surge ante la necesidad del gremio de contar con un mecanismo de asociatividad, en un momento histórico complejo que cambió el rumbo del país.

Acontecimientos tales como la muerte de familiares, afectaron negativamente a integrantes del magisterio y les dejaron en una situación de desamparo y vulnerabilidad, dieron la pauta para que algunas personas dieran inicio a la conformación de la Asociación.

La Asociación se planteó prestar una serie de servicios, y gestionar beneficios para maestros y maestras; para lo cual conformó una serie de programas, cuenta con una estructura interna y un conjunto de personas trabajadoras, quienes tienen la responsabilidad de concretar las acciones a favor del magisterio.

Maestras y maestros que prestan sus servicios para el Ministerio de Educación, pertenecen a la Asociación por mandato, quienes trabajan en la iniciativa privada para el mismo también tienen la opción de asociarse. Esas condiciones remiten a pensar que dichas personas se ubican en todo el territorio nacional, por lo que la Asociación enfrenta el reto de trascender distintas barreras para prestar sus servicios.

Una de esas barreras es la comunicación interna y externa, que les permita cumplir con sus objetivos de la forma más adecuada, de manera que el gremio perciba que se le atiende, resuelve y obtiene beneficios a cambio de su pertenencia a la Asociación.

En ese sentido, con el presente trabajo titulado “Propuesta para la Creación del Departamento de Relaciones Públicas, en la Asociación de Auxilio Póstumo del Magisterio Nacional de Guatemala”, se busca efectuar un aporte para mejorar el proceso de Comunicación; con el fin de que la Asociación desarrolle una serie de cambios y que en el futuro, por medio de los Órganos de Dirección y las personas que en ella trabajan, presten un mejor servicio haciendo eco de su lema “Hoy por ti y mañana por mí”.

CAPÍTULO I

1. MARCO CONCEPTUAL

1.1. Título del tema: Propuesta para la Creación del Departamento de Relaciones Públicas en la Asociación de Auxilio Póstumo del Magisterio Nacional de Guatemala

1.2. Antecedentes

Guatemala se ha caracterizado históricamente, como un país con altos niveles de pobreza, rezago en los indicadores sociales y grados extremos de desigualdad, que han abierto inmensas brechas entre ricos y pobres, indígenas y mestizos, hombres y mujeres del campo y la ciudad, entre otras. En ese contexto se daban los primeros pasos para la organización gremial en el país.

Los rasgos comunes de la historia guatemalteca son: el racismo, la exclusión, la represión y la imposición de gobiernos militares. Esa situación ha generado que en diferentes momentos históricos, distintos grupos se organicen y busquen transformar la situación de injusticia.

La historia de las luchas populares y gremiales del país en el siglo XX registra por lo menos tres momentos salientes:

“El primero inicia en 1920 y termina en 1930”. “En este período, la composición de las organizaciones es predominantemente artesanal y se concentran en la ciudad capital; su dirigencia es muy emotiva y espontánea pero ya plantea reivindicaciones económicas, y también se incorpora a procesos políticos como el que provocó la caída de Manuel Estrada Cabrera”.

(<http://www.rebellion.org/docs/122997.pdf> El Movimiento Magisterial Guatemalteco Paz Hernández, p. 7).

De 1931 a 1944 durante el gobierno de Jorge Ubico, los maestros, junto a los demás trabajadores estatales, eran obligados a marchar a la usanza militar cada 30 de junio para festejar el triunfo de la Reforma Liberal.

El maestro que se opusiera a tal actividad, corría el riesgo de sufrir vejámenes físicos y de ser despedido. Las maestras casadas no podían ejercer la docencia y ello afectaba seriamente la economía familiar.

Se militarizaron los centros de enseñanza media, y no se permitió ningún tipo de organización popular.

“El sueldo de los maestros era vergonzante oscilaba entre los Q 9.00 y Q 33.00 mensuales”. (Paz Hernández, p. 8). Esta injusta y débil situación económica unida a los graves problemas políticos y sociales que sufría la población en general, posibilitó que el magisterio fuera tomando conciencia de la situación y se empezara a organizar y a protestar, tal como sucedió en 1944.

El segundo periodo inicia en 1944 y termina en 1954. Una de las organizaciones que surgió en este periodo fue la Asociación Nacional de Maestros, la que posteriormente se convierte en el Sindicato de Trabajadores de la Educación de Guatemala (STEG) y el Sindicato de Trabajadores Ferrocarrileros.

El movimiento revolucionario de octubre de 1944, surge a la par del proceso democratizador de la postguerra, que se da en el mundo, y que demanda una reestructuración nacional para poner las bases de un país democrático y libre.

Tiene como antecedente una dictadura de 14 años que había arrasado con los principios democráticos elementales: sin libertad, sin coherencia social, carente de

programas sociales de salud, con un sistema educativo anacrónico, excluyente y una baja calidad de su rendimiento. (Yagenova, 2006: p.11).

El magisterio estaba marginado y dividido, los sueldos eran bajísimos. Naturalmente que no existían organizaciones magisteriales ni un estímulo para la superación profesional.

La Revolución de Octubre dio a la educación una prioridad en el marco del Gobierno, el magisterio tuvo la oportunidad de organizarse y discutir con libertad su problemática, su misión y el papel real que debía cumplir.

En 1945 se reconoce el derecho específico de sindicalización. En ese marco, surge el Sindicato de Trabajadores del Magisterio, mismo que luchaba por conquistar mejoras sociales y laborales para maestras y maestros.

“Durante este período ya cuentan dentro de sus filas con elementos proletarios, como consecuencia del incipiente desarrollo industrial; sus demandas rebasan el campo economicista, pues hacen planteamientos de política nacional e internacional con un claro carácter clasista. Es el período de oro del movimiento sindical y campesino guatemalteco. Es el período del florecimiento que desafortunadamente duró poco tiempo”. (<http://www.rebellion.org/docs/122997.pdf> El Movimiento Magisterial Guatemalteco, Rolando Paz Hernández, p. 7).

El tercer período se inicia en 1954 con la llegada al poder de la contrarrevolución y aún no termina; en esa década los Presidentes Juan José Arévalo y Jacobo Arbenz Guzmán impulsaron una serie de cambios y transformaciones de fondo en el país, entre ellas el Código de Trabajo, la Reforma Agraria, la organización de las y los trabajadores de los distintos gremios y otra serie de beneficios sociales.

El 27 de junio de 1954 las fuerzas contrarrevolucionarias con el apoyo de los Estados Unidos provocan la Caída del Presidente Arbenz.

Con la llegada al poder de la Contrarrevolución, casi todas las organizaciones sindicales fueron proscritas, según Decreto No. 21 del 16 de julio de 1954 de la Junta de Gobierno reaccionaria.

Varios dirigentes magisteriales departamentales fueron encarcelados, otros fueron expulsados del país y más de 3,000 maestros fueron destituidos de sus puestos. Desaparece el STEG, aunque su personería jurídica mantuvo vigencia.

“Los primeros gobiernos anticomunistas estuvieron marcados por la inestabilidad política que todas estas tensiones despertaron. Entre la caída del presidente Arbenz en Junio de 1954 y 30 de marzo de 1963 cuando Ydígoras Fuentes fue derrocado, los contrarrevolucionarios produjeron una serie de situaciones anómalas: dos golpes de Estado e instalación de cuatro juntas provisionales de gobierno; asesinato de un Presidente; una elección presidencial fraudulenta y diversos complots militares.(CEH. Antecedentes inmediatos 1944-1961 apartado 118).

Dichas situaciones provocaron múltiples protestas sociales contra los fraudes en las elecciones legislativas; entre ellas las más importantes, denominadas jornadas de marzo y abril de 1962.

Esto motivó un replanteamiento en las políticas de un Estado cada vez más militarizado, siguiendo las tendencias del nuevo contexto internacional”. (CEH.)

A partir de ese momento, quienes tomaron control del país, adoptaron medidas extremas con el ánimo de cortar de raíz todos los avances democráticos, que los gobiernos de Arbenz y Arévalo habían promovido, por ejemplo, cancelaron las inscripciones de todos los directivos de confederaciones, federaciones y sindicatos por medio de decreto de Junta de Gobierno del 16 de Julio de 1954.

Asimismo se concedió un plazo de tres meses para reorganizarse, su pena de darse por cancelados, y por medio del Decreto 48 del 10 de agosto de ese mismo año, se canceló “administrativamente” a las principales organizaciones.CEH. Antecedentes inmediatos 1944-1961 apartado 98).

Uno de los considerandos del decreto decía: “Que para llevar a término la organización administrativa del Estado, y la estructuración de las instituciones sociales sobre bases que permitan el desenvolvimiento democrático del país, es indispensable suprimir las organizaciones que por su actividad comunista impiden lograr dichos fines, y suspender los grupos políticos que entorpecen su realización”. (Yagenova, 2004:p.283).

Tal como lo mandataba el artículo 1 del mencionado decreto, mismo que finalizaba con el inciso o, “Cualesquiera otros partidos políticos o agrupaciones o asociaciones que hayan sido inspiración Arévalo – Arbencista o que hubiesen figurado al servicio de la causa comunista” (Yagenova, 2004: p. 284).

Dos confederaciones, una federación, cuatro sindicatos; entre ellos el de trabajadores de la Educación, dos alianzas, un grupo, un frente y tres partidos políticos fueron disueltos. (Yagenova, 2004: p. 284).

Características del movimiento obrero en el período 1954-1960

Bajo nivel organizativo:	Expresado en una baja tasa de sindicalización con respecto a la población económicamente activa.
Proliferación de centrales sindicales:	Lo cual significaba desunión y dispersión y no aumento en la sindicalización.
División del movimiento obrero en dos grandes vertientes:	El sindicalismo de izquierda, débil en lo organizativo, perseguido y reprimido sistemáticamente. Un sindicalismo blanco, <i>tradeunionista</i> , disperso, que se agrupó especialmente en sindicatos independientes.

(Yagenova, 2004: p. 285).

Maestras y maestros quedaron sin amparo y protección para su derecho de organización, y ello generó condiciones para el surgimiento de otro tipo de asociatividad.

En ese contexto surge la Asociación del Auxilio Póstumo del Magisterio Nacional de Guatemala. La búsqueda permitió conocer una serie de datos e información acerca de los orígenes de la misma.

1.3. Justificación

El conocimiento del funcionamiento interno por el vínculo laboral de la investigadora, proporcionó la información inicial necesaria para plantear ante quienes dirigen la Asociación, la posibilidad de realizar el estudio con el fin de realizar un recuento, de las acciones de comunicación que la Asociación realizaba, y sobre esa base plantear una propuesta para suplir las carencias detectadas, en una investigación participativa vivencial, luego de diez años de servicio en la Asociación de Auxilio Póstumo del Magisterio.

La problematización como producto del diagnóstico fue detectándose día tras día, conforme la autora avanzó en la carrera. Sin embargo, fue aplicada la metodología de la investigación, que permitiera tener los elementos básicos del diagnóstico que justificara una propuesta como la que efectuó.

El diagnóstico y la propuesta pretenden tener repercusiones importantes en la organización gremial, y obviamente tiene incidencia en los potenciales, usuarios de los servicios y los beneficiarios.

Permite además, con elementos técnicos puntuales, definir las limitaciones de la institución en materia comunicacional, y posibilita las alternativas de solución para superar las barreras comunicacionales; y mecanismos para una mejor imagen

organizacional, y la posibilidad de dar a conocer sus logros y alcances a la opinión pública, a través de un espacio adecuado pertinente como sería la existencia de relaciones públicas institucionales.

Dicho espacio permitirá a la Asociación cumplir con objetivos institucionales, y aportará con el cumplimiento de la ley de información pública.

Para la realización de la investigación fue necesario consultar documentos institucionales, y establecer comunicación con las personas que se relacionan con la Asociación; lo que permitió elaborar el presente trabajo con conocimientos colectivos que dieron más consistencia al mismo.

1.4. Planteamiento del Problema

La Asociación del Auxilio Póstumo del Magisterio Nacional de Guatemala, fue conformada desde hace más de cuarenta y cuatro años y presta una serie de servicios y beneficios dirigidos a maestros y maestras de todo el país.

A pesar de todos los años de existencia de dicha Asociación en su funcionamiento, mantiene unas condiciones de incomunicación que afectan al magisterio nacional.

No todas las personas asociadas conocen los servicios y beneficios a los que podrían optar; quienes acceden a algunos de los beneficios son principalmente personas que residen en centros urbanos particularmente de la ciudad capital, mientras que las personas que residen en el interior del país, son quienes menos acceden, principalmente por desconocimiento de la información.

La Asociación no cuenta con una estrategia definida y como parte de ello, una página Web, para darse a conocer.

Entre los problemas de comunicación que suceden en la Asociación es la ausencia de comunicación, de los integrantes de los Órganos de Dirección hacia las y los trabajadores, personal que labora en las oficinas centrales y departamentales.

La Asociación también carece de un plan estructurado para darse a conocer o promocionarse para atraer nuevos socios y socias.

En ese sentido se plantea la pregunta: ¿Cuáles son las razones por las que es necesario un Departamento de Relaciones Públicas en la Asociación de Auxilio Póstumo del Magisterio Nacional de Guatemala?

1.5. Alcances y Límites Justificación del Tema

Objeto de Estudio:

Diseño de una propuesta para la Creación del departamento de Relaciones Públicas en la Asociación de Auxilio Póstumo del Magisterio Nacional de Guatemala.

Ámbito Geográfico:

La investigación se realizó en las Oficinas Centrales, y en las 22 Sedes Departamentales del país de la Asociación de Auxilio Póstumo del Magisterio Nacional de Guatemala.

Ámbito Temporal:

La investigación se realizó de Julio 2011 a Junio 2012.

Ámbito Poblacional:

La muestra estuvo integrada por asociados, trabajadores e integrantes de Órganos de Dirección.

Ámbito Institucional:

Sede central, veintidós sedes departamentales y Órganos de Dirección. Para la realización del estudio se gestionó el correspondiente aval institucional.

Alcance:

El alcance de la realización del presente estudio será la elaboración de una propuesta, para el Departamento de Relaciones Públicas en la Asociación de Auxilio Póstumo del Magisterio Nacional de Guatemala, basada en las necesidades del gremio magisterial.

Límite:

El presente estudio incluye solamente el ámbito institucional, por la naturaleza y objetivos del mismo, sólo se trabajó con personas que tienen un vínculo con la Asociación.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Las Relaciones Públicas

2.1.1. Definición

Distintos autores han proporcionado su aporte para la definición de Relaciones Públicas, ninguno de ellos se contradice, más bien se complementan. Para aportar distintos elementos que permitan una mayor comprensión teórica se citarán distintos puntos de vista.

“Las relaciones públicas constituyen el arte de comunicarse entre una organización y el público. Es la disciplina que cuida la reputación de una empresa”. (Moí. 2003: p. 6).

“Las relaciones públicas comprenden un conjunto de habilidades prácticas y de estrategias diseñadas para mejorar la imagen de una organización, fortalecer sus relaciones con las audiencias clave, y permitirles enfrentar las situaciones de crisis desde una posición de fortaleza”. (Moí. 2003: p. 5).

Se orientan a conseguir la credibilidad y confianza de los públicos mediante gestiones personales, utilizando diversas técnicas de difusión y propagación, informando a tiempo, y en el momento oportuno, sobre las personas u organizaciones para modificar o potenciar sus actitudes y acciones.

El objetivo de las relaciones públicas es ganar la comprensión y el apoyo del público, mediante la influencia en las opiniones y el comportamiento de su audiencia clave, por medio de un conjunto de actividades sistemáticas.

El ejercicio profesional de las Relaciones Públicas Empresariales, consiste en un arte aplicado a una ciencia social, para que de este modo, el interés público de la sociedad y el privado empresarial, sean de su principal consideración beneficiándose ambas partes.

2.1.2. Origen Histórico de las Relaciones Públicas

La opinión pública desempeñó un papel muy importante en la historia de los antiguos griegos y romanos. En Grecia, debido al sistema democrático, fueron ampliamente empleadas ciertas técnicas para modificar la opinión pública con fines políticos.

El concepto de relaciones públicas nace en EE.UU., a principios de 1900, ante una demanda empresarial, financiera y política.

Todas las organizaciones necesitan que la opinión pública conozca lo que hacen y son capaces de hacer, debido a la creciente competencia a nivel de productos, servicios, tecnologías e ideologías.

El profesor, Dr. Edward Louis Bernays es el pionero de las Relaciones Públicas, a nivel mundial, fue asesor de varios presidentes de los EE.UU. y de la Casa Blanca. (Barquero: 2000 p.26).

Edward Bernays nació el 22 de noviembre de 1891, en Viena, Austria, en el seno de una familia de origen judío. Publicista, periodista e inventor de la teoría de relaciones públicas. Judío de nacionalidad austríaca considerado en Relaciones Públicas número uno a nivel mundial, fue sobrino de Sigmund Freud. (Barquero: 2000 p.163).

En el plano académico fue el primero en obtener una cátedra de Relaciones Públicas en la Universidad de Nueva York City, EE.UU. En 1923 escribió el primer

libro en materia de Relaciones Públicas titulado "Cristallizing Public Opinion", traducido al castellano "Cristalizando la opinión pública" luego publicó veinte más acerca de la misma materia, murió el 9 de marzo de 1995, en Cambridge, Massachusetts, Estados Unidos. (http://es.wikipedia.org/wiki/Edward_Bernays).

Mientras que en Europa uno de los pioneros más importantes fue el Profesor Dr. Sam Black, autor de dieciséis libros en la materia. (Barquero: 2000 p.26).

2.1.3. La Función de las Relaciones Públicas

La función de las Relaciones Públicas es el mantenimiento de relaciones adecuadas de una organización, empresa, holding o colectivo determinado; con sus distintos públicos. Ello hará viable el logro de unos objetivos previamente fijados; para ello es indispensable la utilización de técnicas de marketing y empresa, sabiamente combinados.

El Departamento de Relaciones Públicas Empresariales forma un papel importante en la dirección de la empresa. La práctica de las Relaciones Públicas Empresariales tiene por objeto analizar tendencias, predecir consecuencias y asesorar a la Dirección de la organización. (Barquero, 2000: p. 25).

"Las actitudes favorables de todos los públicos son indispensables para que la empresa subsista y se desarrolle, de ahí la importancia de la función de las relaciones públicas". (Ríos, 2006: p.15).

2.1.4. Clasificación de las Relaciones Públicas

Por muchos años la administración pública o privada ha tomado en cuenta las relaciones de trabajo en sentido vertical, es decir, las que efectúan de Jefe a subalterno y viceversa, tomando esta estructura de organización el nombre de piramidal.

Para hacer una clasificación de las Relaciones Públicas en una institución es necesario considerar al público, porque es a ellos a quienes se dirige el esfuerzo que realiza una Institución como tal, para lograr satisfacer sus diversas necesidades.

Puede verse que el público es el factor que le da vida a una Institución, y de éste público dependerá el éxito o fracaso de la misma; por lo que es necesario establecer una imagen favorable a través de planes estratégicos de comunicaciones, que lleven a una institución a la cúspide dentro de una estructura socioeconómica de una nación. (Simon y Soria.1998: p. 94).

Según el público al que se dirigen, las Relaciones Públicas pueden ser externas e internas. (<http://biblioteca.utec.edu.sv/.pdf>).

2.1.5. Relaciones Públicas Internas

“Uno de los públicos más importantes que debe considerar el especialista en Relaciones Públicas Empresariales es el interno. Cada persona empleada de la empresa es un vehículo de dentro hacia fuera de la propia empresa, es decir, “vende” imagen empresarial”. (Barquero, 2000: p. 33).

A las Relaciones Públicas Internas les está encomendada una amplia e importante labor, con el fin de dar mayor eficiencia a la Administración Pública, interviniendo directamente, entre otras, en las siguientes cuestiones:

- 1) En la redacción adecuada de: manuales para empleados, circulares, folletos, cuestionarios, informes etc.
- 2) En la publicación de un boletín en el cual con entera libertad, los empleados enfoquen problemas de la Administración, dando soluciones, proponiendo sugerencias, emitiendo opiniones, etc.
- 3) Este boletín será dirigido y redactado por los mismos empleados, ya que siempre habrá entre ellos escritores, periodistas, correctores de pruebas, dibujantes, etc. El boletín será un vocero de lo que realmente piensa, siente y anhela el empleado público.
- 4) En la revisión constante y periódica de las condiciones físicas, de las oficinas y de las condiciones generales en que se trabaja.
- 5) En la revisión periódica de las intercomunicaciones en general, con el fin de mantenerlas en perfectas condiciones.
- 6) En las actividades sociales, deportivas y culturales, promoviéndolas e incrementándolas con miras a la salud física y mental: visitas entre oficinas, bailes, excursiones, encuentros deportivos, actos lírico-literarios, etc.
- 7) En el desarrollo de programas de enseñanza y adiestramiento del personal, dentro de las horas de trabajo, impartiendo cursillo de materias adecuadas a las labores que se realizan entregando a los asistentes, al finalizar los cursillos, diplomas que acrediten su aprovechamiento. No podemos fijar el periodo de tiempo que deban durar esos cursos, ya que ello dependerá de factores de diversa índole: categoría de empleados, cantidad y calidad de los cursos a impartir, locales, etc.
- 8) En la atención de la ciudadanía, ya que los empleados son, en primer lugar, como "embajadores" de las Relaciones Públicas y en segundo lugar las primeras "antenas" para captar la opinión pública, pues continuamente están en contacto con los públicos. Por estas razones los empleados deben:
 - a) Conocer su trabajo.

- b) Tener a mano toda la información que es indispensable con relación a su trabajo.
- c) Cortesía y amabilidad para atender al cliente.
- d) Mantener en todo momento, un sincero espíritu de servicio.
- e) Llegar con puntualidad y pulcramente vestido.
- f) Hablar al cliente en forma adecuada y cordial.
- g) Y negarse a recibir propinas o dejarse sobornar para dar preferencias a determinado asunto, procedencia reprobable, contrario a la honestidad con que debe actuar todo Empleado Público.

2.1.5.1. Relaciones Públicas Externas

“Las relaciones públicas externas, se establecen entre la organización y los accionistas o propietarios, inversionistas y organizaciones financieras, los clientes actuales y potenciales, los proveedores, el gobierno, la comunidad y los medios de comunicación masiva”. (Simon y Soria, 1998: p. 94).

2.1.6. Puestos en el Departamento de Relaciones Públicas

Para la conformación del Departamento de Relaciones Públicas en la Asociación, se requiere de personas con las capacidades y habilidades necesarias para realizar las funciones, y cumplir con los objetivos que la Asociación se propone.

La contratación del personal para el departamento de Relaciones Públicas dependerá de la decisión de quienes dirigen la Asociación, como de la importancia que le concedan a la misma en el inicio del mismo y del presupuesto que se le pueda asignar.

De acuerdo con expertos en Relaciones Públicas; el personal que se requiere para un Departamento de Relaciones Públicas es:

- Un Director del Departamento de Relaciones Públicas y Comunicaciones

- Un Publicista
- Un Fotógrafo
- Un Periodista
- Un Diseñador
- Una Secretaria

<http://html.rincondelvago.com/departamento-de-relaciones-publicas-de-unos-almacenes.html>

Sin embargo, en los casos en los que no es posible, se puede recurrir a la contratación de una o dos personas, quienes deberán hacer todo el trabajo que la oficina de Relaciones Públicas requiere.

2.1.7. Departamento de Relaciones Públicas

2.1.7.1. Administración y Organización de las Relaciones Públicas

En un campo y actividad tan nueva como las Relaciones Públicas, una de las tareas más difíciles del profesional de las mismas y de los altos ejecutivos, es la de tener una idea clara del lugar que ocupan en la organización y de la función que en ella desempeñan.

Las afirmaciones que frecuentemente se escuchan a los profesionales de las Relaciones Públicas, es que son "función de la gerencia", o bien una "función de la alta gerencia".

2.1.8. Perfil del Profesional en Relaciones Públicas

El rol estratégico que en la actualidad desempeña la función de las Relaciones Públicas, en las organizaciones de todo giro y tamaño, aunado al proceso de profesionalización de la actividad, exige que quienes se especialicen en ellas tengan un perfil que reúna ciertas características personales, conocimientos y habilidades, además del "don de gente", la "buena presencia física" o el "buen gusto", que eran prácticamente los únicos requisitos que en otra

época se buscaban en el encargado de una actividad que muy pocos entendían y valoraban. (Bonilla, 2002: p. 139).

Cada día es más frecuente que los buscadores de ejecutivos o head hunters, reciban solicitudes de empresas que necesitan contratar un profesional que se encargue de sus relaciones públicas. (Son caza talentos, son personas o empresas que se dedican a buscar y seleccionar profesionales para puestos "top", es decir, principalmente gerenciales o ejecutivos). (Bonilla, 2002: p. 139).

La complicada tarea de encontrarlo comienza con la definición del perfil, ya que cada empresa define de forma diferente las Relaciones Públicas y por lo mismo, tiene una concepción particular del puesto y del perfil del profesional que deberá ocuparlo.

Lo difícil es encontrar al profesional que cumpla con los requisitos, ya que el aumento de la demanda de los profesionales de este tipo en los últimos años ha provocado que escaseen.

La falta de consenso sobre las actividades que debe abarcar la función de Relaciones Públicas, ha provocado confusión respecto al perfil del profesional que las desempeñará.

Los directores de empresas enfrentan el reto de encontrar a la persona idónea para dirigir un equipo de trabajo, o bien coordinar y supervisar el trabajo de una agencia contratada con el fin de que elabore e implante un programa de Relaciones Públicas.

2.1.8.1. Algunas Características Personales de un Relacionista Público

Algunas de las características personales que debe reunir un o una profesional de las Relaciones públicas destacan: (Bonilla, 2002. p.139-141).

- ✓ Objetividad y aguda habilidad crítica.
- ✓ Sentido común.
- ✓ Imaginación y capacidad para apreciar el punto de vista de otras personas.
- ✓ Imperturbabilidad.
- ✓ Resistencia a la frustración.
- ✓ Avidez por conocer el entorno socioeconómico y político, así como el mercado en el que participa la organización para la cual trabaja.
- ✓ Pensamiento estratégico (las relaciones públicas deben ser una función estratégica, antes que operativa).
- ✓ Aplomo, para mantener la calma ante infinidad de situaciones contingentes.
- ✓ Perseverancia (las relaciones públicas son una función permanente que da resultados en el mediano y en el largo plazo).
- ✓ Versatilidad (deberá resolver problemas y abordar asuntos de muy diversa naturaleza).
- ✓ Capacidad de reconocimiento y consideración de los detalles.
- ✓ Mente despierta, curiosa y un carácter inquisitivo.
- ✓ Capacidad de trabajo y flexibilidad en los horarios.
- ✓ Capacidad de organización.
- ✓ Integridad personal.
- ✓ Fuerte personalidad y capacidad de liderazgo. (Bonilla, 2002: p. 140).

Algunas de las habilidades que debe tener o desarrollar la persona responsable de la función de Relaciones Públicas, destacan:

- Comunicación (expresión verbal y escrita).
- Olfato periodístico (identificar las noticias que se generan dentro de la empresa).
- Persuasión (es un vendedor de ideas).
- Pensamiento estructurado (manejará cantidades de información, Deberá jerarquizar).
- Orientación a resultados.
- Creatividad.
- Capacidad para lectura a gran velocidad.

2.1.9. Funciones del Departamento de Relaciones Públicas Internas

Los objetivos de las Relaciones Públicas internas son: Crear corrientes de credibilidad y confianza.

Los medios a utilizar serán: Auditoría de imagen empresarial y verificación de las Relaciones Públicas sociales de la empresa.

Las funciones más representativas, según Barquero:

- "House Organ" (o revista interna).
- Publicaciones para los Clientes.
- Publicaciones con motivo de eventos internos.
- Preparación de la memoria anual junto con los Relacionistas Públicas financieros y junta directiva.
- Acciones de apoyo al equipo de Relaciones Públicas Financieras.
- Acciones de apoyo al departamento de dirección en marketing.
- Organización de actos, protocolo y ceremonial.
- Visitas culturales a otras fabricas extranjeras del mismo ramo.

- Organización de cursos de perfeccionamiento de las distintas especialidades.
 - Eliminación de las posibles causas de enfrentamiento entre los distintos departamentos.
 - Departamento de quejas con su respectivo seguimiento y soluciones.
 - Trato individualizado con clientes para que vean la calidad con que se trabaja en la Institución.
 - Hacer que los empleados se enteren de las noticias que a la dirección le interesa dar a conocer.
 - Conseguir la identificación entre empresa y empleado.
 - Control de resultados en los trabajadores y su posterior persuasión para la mejora.
 - Estimular a los empleados para que vean en su trabajo un puesto seguro y no temporal.
 - Mejorar relaciones con los proveedores.
 - Elección de locales para convenciones o congresos.
 - Asegurarse de que toda persona externa recibe el trato adecuado de parte de los empleados.
 - Creación de un video interno que dé a conocer la empresa renovándolo periódicamente.
 - Jornadas de puertas abiertas.
- (Barquero, 2000: p. 34).

2.2. Relaciones Públicas y Recursos Humanos

Según especialistas encargados de las relaciones de la organización, ya sea internos o externos, van a asesorar a diversos departamentos o divisiones de la institución, en aquellas actividades que realicen y que pueden afectar en un momento dado, la imagen de la organización ante sus diferentes públicos.

El departamento o división encargada de la administración de recursos humanos es uno de los que va recibir más asesoría, en virtud de que mantiene relaciones muy importantes con el público interno.

Con el fin de hacer más comprensible el asesoramiento en Relaciones Públicas, que deberá proporcionarse a la de administración de personal y definir mejor los campos de acción propios de cada una, Ríos expone un listado de funciones de administración de Recursos Humanos. (Ríos, 2006: p. 38-44).

Dichas funciones con fines de facilitar su estudio, se dividen en tres grandes fases: 1. De ingreso 2. De permanencia ó servicio y 3. De egreso.

Funciones de Administración de Recursos Humanos /Asesoría y servicios de la función de Relaciones Públicas

Fase de ingreso

Reclutamiento

Para ayudar al reclutamiento de personal, se busca que nunca se tengan problemas por insuficiencia de candidatos, y se procura atraer siempre el mejor personal, asesorará en:

- Diseño de folleto sobre la organización.
- Establecimiento y mantenimiento de relaciones con fuentes de reclutamiento, tales como:
 - Instituciones educativas,
 - Bolsas de trabajo,
 - Asociaciones y colegios de profesionales.
- Organización de visitas a la institución, por grupos de estudiantes.
- Organización de conferencias en centros educativos.
- Redacción y colocación de anuncios para reclutamiento en periódicos o medios de comunicación convenientes. (Ríos, 2006: p. 38).

Entrevistas de preselección y selección

Debemos tener en cuenta que estas primeras entrevistas constituirán uno de los medios, por los cuales el personal recibirá sus primeras impresiones directas sobre la organización, y que la primera impresión suele ser la que más perdura.

Relaciones Públicas podrá asesorar y sugerir la política que norma la forma de establecer las primeras comunicaciones con el personal, para causarle una buena imagen que siempre deberá basarse en la realidad.

Hay que considerar que aun cuando el aspirante no sea contratado, debemos preocuparnos porque se lleve una imagen cierta y buena de la organización. (Ríos, 2006: p. 39).

Introducción o inducción

En esta fase tan importante para el personal, en conjunto con Recursos Humanos, Relaciones Públicas podrá asesorar en lo referente a las comunicaciones iniciales, que se deben entablar con el personal de nuevo ingreso, principalmente en la plática de inducción al trabajo y el diseño del manual de bienvenida.

A través de estos dos medios que habrán de combinarse y complementarse entre sí, se debe comunicar al nuevo personal los siguientes puntos básicos:

a) bienvenida; b) información general sobre la organización (breve historia, situación en el mercado, qué produce o vende, objetivos, políticas y planes generales, etc.); c) orientación sobre su trabajo (orientación general: presentación ante su jefe inmediato, subordinados y compañeros, horarios de trabajo, lugar y días de pago, etc.); d) orientación sobre prestaciones otorgadas por la organización, y asimismo, sobre las reglas y normas principales a cumplir. (Ríos, 2006: p. 39).

Fase de permanencia o servicio

Desarrollo de personal capacitación o entrenamiento y promociones:

En cuanto a capacitación asesora en lo concerniente a organización de cursos conferencias, invitaciones de conferenciantes y promoción de estos cursos entre el personal (difusión).

En cuanto a promociones, podrá apoyar al departamento de personal ante la dirección para la implementación de la técnica de "calificación de méritos", que además de construir una base de apreciación más objetiva e impersonal, y por tanto más justa para los ascensos, contribuye a demostrar el interés de la organización por el empleado como ser humano.

Podrá intervenir Relaciones Públicas con el envío de cartas de felicitación a las personas ascendidas, y a la difusión entre el resto del personal y entre otros públicos cuando el caso lo amerite.

Administración de sueldos

Ayuda a crear un clima y salarios de confianza entre el personal, para que coopere de buena gana en la realización y modificaciones del "análisis y valuación de puestos".

Asesora en las relaciones con el sindicato, a fin de que acepten y brinden todo su apoyo al empleo, tanto en lo que se refiere al "análisis y valuación de puestos" como la "calificación de méritos". (Ríos, 2006: p. 40).

Relaciones Laborales

Asesora y coopera en lo relativo a: Es muy frecuente que se designen con este nombre, las funciones relativas a las relaciones exclusivamente entre patrón – organización y el sindicato de trabajadores. (Ríos, 2006: p. 41).

Servicios al Personal

Asesora en:

- a) El establecimiento de prestaciones laborales al personal y su difusión entre el mismo.
- b) La organización de concursos, premios, congresos, etc., para el desarrollo de higiene y seguridad industrial.
- c) La difusión entre el personal acerca de las medidas de seguridad e higiene industrial que se adopten.

Relaciones Públicas, en combinación con el departamento encargado de la administración de los recursos humanos, organizará actividades sociales diversas, tales como: comidas de aniversario, navidad, fin de año, excursiones, actividades deportivas, eventos culturales, inauguración de sucursales o edificios nuevos, etcétera. (Ríos, 2006: p. 41).

Fase de egreso

Despido

La forma en que se lleva a cabo un despido es muy importante para las Relaciones Públicas, ya que es un transmisor ante el público en general, de la imagen de la organización que puede verse afectada enormemente por las últimas impresiones que reciba el empleado durante su despido.

Relaciones Públicas deberá asesorar al departamento de personal a fin de que el despido sea lo más cordial posible. En ocasiones será recomendable que Relaciones Públicas realice una entrevista con el despedido, además de la que haga el departamento de personal.

Se debe tener presente que el despido no siempre se da por razones imputables al empleado, tales como indisciplina o ineptitud, sino que puede ser a que la institución decida reducir su personal, por reorganización, compra de equipo

mecanizado o una precaria situación financiera. En cualquier caso, en el despido se deberán considerar los siguientes puntos importantes:

a) Debe planearse con la debida anticipación, comunicárselo al afectado con el mayor tiempo posible de anticipación.

b) Se deberán explicar al despido los motivos verdaderos y exactos en una entrevista personal. Esto en ocasiones podrá ayudar a la moral del resto del personal y también del despido.

c) Deberá tratarse al afectado lo más cordialmente posible, pagándole las indemnizaciones que le correspondan en su caso.

d) Se le deberá comunicar el tipo de referencias que la organización está dispuesta a dar acerca de él cuando se le soliciten. Si el empleado lo merece, la institución deberá ayudarlo a encontrar otro empleo. En la mayoría de los casos, esta ayuda resulta definitiva, en virtud de las relaciones que tenga la organización, y también porque su recomendación sería tomada en cuenta. (Ríos, 2006: p. 43).

Renuncia

Esta forma de separación de personal es también muy importante para la imagen de la organización, por las mismas razones citadas para el despido.

También en el caso de renuncia es recomendable que Relaciones Públicas asesore a la función de administración de personal, en la realización de una entrevista de separación y haga, si es posible, otra entrevista. En ambos casos la entrevista buscará los siguientes objetivos:

a) Que el empleado se separe de la organización, de la forma más cordial posible y se lleve una imagen verdadera y positiva de la empresa.

b) Conocer los puntos de vista de los empleados para ayudar a detectar: causas de la rotación de personal, causas de inconformidad frecuentes, etcétera.

En caso de que así convenga a la organización y al empleado, la entrevista también puede tener como objetivo lograr que el renunciante cambie de parecer si solucionamos los problemas, que hayan motivado la presentación de su renuncia. (Ríos, 2006: p. 43).

Con lo anterior, se indica que Relaciones Públicas asesorará a los responsables de la administración de recursos humanos, o actuará coordinadamente en la solución de los problemas relativos al personal, que se determinen a través de las investigaciones o encuestas de opinión.

Se recomienda que para que exista la mejor coordinación entre las funciones de Relaciones Públicas y de administración de recursos humanos, se delimiten por escrito con toda claridad las funciones que serán exclusivas del departamento de personal, y aquellas en que habrán de coordinarse ambas, estableciendo en este último caso también los procedimientos y/o políticas en las cuales se llevarán a cabo. (Ríos, 2006: p. 44).

Según Gilberto Rojas en su obra *¿Que son las Relaciones Públicas?* (1960: p. 71). Indica que con el fin de promover mayor rendimiento en el trabajo, entusiasmo y satisfacción, en el desarrollo de las labores de los empleados de una oficina indica que todo Jefe debe tener presente algunas recomendaciones, para mejorar el ambiente laboral:

- Ser Maestro y Amigo de sus empleados y no capataz.
- No tratarles como inferiores dándose innecesarias ínfulas para mantener su jerarquía.
- No debe intervenir en asuntos técnicos que desconoce.

- Debe mantener las puertas abiertas para atender a los empleados Inmediatamente, en sus quejas, peticiones, aclaraciones, etc.
- Debe ser sincero con sus empleados si interesa que ellos le sean sinceros: la lealtad es indispensable para una perfecta armonía entre jefes y empleados.
- Nunca debe hacer promesas, a menos que esté seguro de poderlas cumplir.
- No debe sentir celos contra el empleado que pueda ser más capaz e inteligente que él, sino al contrario, guardarle amistad.
- Debe aceptar de buen grado todas las críticas y protestas cuando juzgue, conscientemente, que son fundamentales.
- Debe comprender que es contraproducente preferir, para los ascensos, a nuevos elementos no tomando en cuenta a sus empleados actuales; no debe hacer discriminaciones.
- Debe dar sus instrucciones claras, amplias, detalladas y completas.
- Velar por los intereses de sus empleados en todo momento; evitar las discusiones acaloradas y palabras fuera de tono; no llamar la atención a nadie en presencia de otras personas; debe ser siempre amable y cortés, ni demasiado estricto ni condescendiente.
- Debe luchar siempre porque sus empleados obtengan satisfacciones "en" su trabajo y "por" su trabajo.
(Rojas, 1960: p. 71).

2.2.1. Comunicación con el Personal

Moí asegura que un personal comprometido crea una buena imagen, es necesario considerar a los empleados como un público principal. Cultivar el compromiso mediante la comunicación con los empleados y establecer un diálogo sincero, es muy importante pedir al personal que sugiera formas para mejorar la comunicación, comunicarse, reducir la rotación de personal e incrementar su moral es muy importante en las RRPP. (Moí, 2003: p. 16).

2.2.1.1. Mantener Informado al Personal

Son importantes las Relaciones Públicas para acercarse a sus empleados. Ellos necesitan saber lo que ocurre en su organización y deben ser informados a tiempo. Comunique a su personal nuevas contrataciones, oportunidades de trabajo, nuevos productos y actividades de marketing de perfil elevado, resultados financieros y planes. La comunicación interna efectiva les interesa a todos". (Moí, 2003: p.16).

2.2.1.2. Generar un Diálogo Verdadero

Encontrar los beneficios de compartir la comunicación bidireccional entre la gerencia y el personal, la cual suele ser escéptico cuando se emplea sólo para distribuir malas noticias. La falta de confianza es comprensible si no reciben otra cosa que propaganda de la empresa, ellos quieren enterarse de todas la noticias en forma directa y honesta. Hay que verificar que la información fluya en ambos sentidos. Todos los miembros del equipo pueden aportar opiniones valiosas, hay que estimularlos para que comuniquen sus ideas a los gerentes. (Moí, 2003: p. 17).

2.2.1.3. Auditoría de Comunicación

Según Moí (2003: p. 17) Investigar lo que piensa el personal es importante, es sorprendente de la percepción que éstos tiene sobre la eficacia de la comunicación interna de su organización, pudiéndose hacer algunas interrogantes:

- ¿En dónde ocurren los bloqueos de información?
- ¿Está comunicando demasiado o muy poco?
- ¿Se comprenden y aceptan los mensajes corporativos?

Tomar en cuenta los puntos de vista de su personal es importante. Demuestre a su personal que sus puntos de vista son importantes. Enviar cuestionarios con

preguntas que permitan identificar los problemas y actuar en consecuencia. Luego diseñar un plan, compartirlo con el personal y llevarlo a cabo. (Moí, 2003: p.17).

2.3. Asociación del Auxilio Póstumo del Magisterio Nacional de Guatemala

2.3.1. Que es una Asociación:

Una Asociación es una agrupación de personas constituidas para realizar una actividad colectiva de una forma estable, organizadas democráticamente, sin ánimo de lucro e independiente.

Las características fundamentales serían las siguientes:

1. Grupo de personas.
2. Objetivos y/o actividades comunes.
3. Búsqueda de soluciones juntos para nuestros barrios y ciudades, actuando formulando reivindicaciones respuestas o soluciones que se demandan en clave de derechos; derechos de calidad de vida o bienestar.
4. Funcionamiento democrático.
5. Sin ánimo de lucro.
6. Independientes.

Sin ánimo de lucro significa, que no se pueden repartir los beneficios o excedentes económicos anuales entre los socios; se puede tener excedentes económicos al finalizar el año, tener contratos laborales en la Asociación, realizar actividades económicas que generen excedentes, pero los mismos deberán reinvertirse en el cumplimiento de los fines de la entidad.

2.3.2. Denominación:

La Asociación del Auxilio Póstumo del Magisterio Nacional de Guatemala es una Asociación civil de carácter mutualista, no lucrativa, con personalidad jurídica, reconocida legalmente, con patrimonio propio, ajeno a toda cuestión de orden

político partidista, sindical o religiosa, amparada por las leyes del país y regido por su propio Estatuto y Reglamentos. (A.A.P.M.N.G. Compendio, 2010: p. 1).

2.3.3. Creación

En 1956, un maestro falleció, sus seis niños quedaron en la orfandad y en total desamparo, debido a la desprotección en que habían quedado después de la supresión del Sindicato de los Trabajadores del Magisterio Nacional, ello generó que los maestros pensaran que todos eran sujetos de la posibilidad de pasar por la misma situación.

Por lo que en Junio de ese año iniciaron las gestiones ante el Organismo Ejecutivo para la conformación de la Asociación del Auxilio Póstumo del Magisterio Nacional de Guatemala, como única posibilidad de ayuda permanente y efectiva que el propio gremio podría brindar a los asociados y sus familias.

En 1960 nombraron a un Comité Pro-Asociación encargado de elaborar el proyecto de Estatutos. Inició como Seguro de Vida del Magisterio a favor de familiares de maestros fallecidos. (Pop Macz, 2006: p. 23).

El 02 de Noviembre de 1961, se otorga la personería jurídica y se aprueban los Estatutos por medio del Acuerdo Gubernativo del 31 de octubre de ese año.

Fue hasta el 13 de Junio de 1967 que se publica en la prensa nacional el Decreto 1683, que establecía que la Asociación del Auxilio Póstumo entraba en vigencia el 25 de Junio de ese año, y se constituía en obligación para los maestros y maestras que prestaban sus servicios en el nivel primario y pre-primario, de toda la república.

Posteriormente el decreto 11-72 declara obligatorio el Auxilio Póstumo para el nivel secundario, lo que incrementa en número de asociados. (Pop Macz, 2006: p. 24).

El 25 de junio de 1967 se autorizó la creación de la Asociación de Auxilio Póstumo del Magisterio Nacional.

Hay que hacer notar que esta Asociación inició sus labores a partir del mes de septiembre de 1967, por no contar con los recursos necesarios, ya que el primer descuento que se hizo a los maestros del país, fue en el mes de agosto del mismo año. Los gastos anteriores a esta fecha fueron financiados en forma particular por el profesor Rafael Ramírez Arroyo, primer Gerente de la Asociación, nombrado por la primera Junta Directiva en reconocimiento a la labor realizada en la fundación de la Asociación de Auxilio Póstumo del Magisterio Nacional de Guatemala.

El 19 de diciembre de 1967 en el Despacho Presidencial, el Señor Presidente de la República, Licenciado Julio César Méndez Montenegro, hizo entrega del primer llamamiento al padre de la maestra Blanca Aída Sánchez Barrientos, que laboraba en la Escuela para Varones de San Cristóbal Verapaz, y en el mismo acto el Señor Ministro de Educación, hizo entrega del llamamiento número dos al señor Luis Augusto Martínez Ramírez, beneficiarios de la asociada Esperanza del Carmen Ramírez Quiñones. En ese mes fallecieron 5 maestros más.

El 24 de octubre de 1967, después de haber cumplido con todos los requisitos que exigen la ley, quedó inscrita la Asociación en el Registro Civil de la ciudad capital, y para que esta entidad quedara legalizada y pudiera funcionar como tal.

El 16 de julio de 1969 el Congreso abolió el pago del impuesto del timbre que castigaba el beneficio a los familiares de nuestros asociados fallecidos.

La primera reforma a los estatutos se realizó por la segunda Junta Directiva y entraron en vigencia el 3 de enero de 1970; elaborándose reglamentos de la

Comisión de Hacienda, Comisión de Disciplina y Controversias, Gerencia, Secretaria, Jefatura de Personal, Departamento de Contabilidad, Tesorería y Caja, encargado de Mimeógrafo y la Junta Directiva.

En 1970 se acuerda anticipar a los beneficiarios la cantidad de Q300.00 para gastos funerales.

El 20 de abril de 1970 emite el Congreso el Decreto que hace extensivo el ingreso a las personas con título de docentes, que presten sus servicios en cargos técnicos administrativos del nivel medio, entrando en vigencia el 1 de mayo de 1972.

Desde 1967 hasta 1972 los Organismos Directivos duraban en sus funciones un año y desde 1973 ejercen sus funciones en un periodo de dos años.

El 24 de octubre de 1973 entraron en vigor las reformas de los Estatutos, y en el año de 1976, se acuerda dar como anticipo para gastos funerarios la cantidad de Q.500.00

La Asociación en el primer llamamiento canceló la suma de Q.3,554.85; aumentándose luego a Q.6,000.00, incrementándose en el año de 1978 a Q10,000.00 pudiendo los familiares solicitar como anticipo para gastos funerarios la cantidad de Q.800.00.

El 16 de enero de 1985 se crean los programas de beneficio económico en vida para los asociados con el nombre de: Programa de Prestación Opcional en Vida (PPOV), también cuenta con el programa de préstamos fiduciarios.

En la actualidad la Asociación paga un beneficio póstumo a los beneficiarios de Q.102,000.00 así como un adelanto de Q.10,000.00 para gastos funerarios.

El 31 de enero de 1981 fue declarado oficialmente inaugurado el edificio de la Asociación del Auxilio Póstumo, ubicado en 5ta. Calle 4-56 Zona 1, que tuvo un costo total de Q.1,284,453.88 y que actualmente alberga las oficinas de la Asociación.

2.3.4. Los fines de la Asociación:

- a) Auxiliar a los (as) beneficiarios (as) o herederos (as) del asociado (a) cuando ocurra la muerte de éste, por cualquier causa. En tal sentido, será tutelar de los mismos en lo económico, moral y social.
 - b) Promover la cooperativa y solidaridad entre los asociados (as);
 - c) Otros que promuevan beneficios o incrementen la ayuda a los asociados (as), sus beneficiarios (as) herederos (as).
- (A.A.P.M.N.G. Compendio, 2010: p. 1).

2.3.5. Programas

Los fines se concretan por medio de los siguientes programas:

1. Beneficio de Auxilio Póstumo;
2. Gastos Funerales por Fallecimiento del (a) Asociado (a);
3. Prestación Opcional en Vida;
4. Servicio de Préstamos Monetarios;
5. Prestación Opcional para Gastos Funerales por Fallecimiento de beneficiarios y beneficiarias;
6. Otros que se crearen, de conformidad con la capacidad financiera de la Asociación y necesidades e intereses de los asociados y asociadas. (A.A.P.M.N.G. Compendio, 2010: p. 1).

La tesis “Reorganización de la Asociación de Auxilio Póstumo del Magisterio Nacional”, presenta un estudio enfocado en el análisis estructural, funcional y administrativo de la Asociación, con la finalidad de reorganizar la Institución, la propuesta consiste en reubicar las unidades administrativas. (Pop Macz, 2006: p. 1).

La misma, hace énfasis en el “Análisis de Relaciones y Formas de Comunicación”, analiza las relaciones dentro de la Asociación y analiza la duplicidad, traslape u omisión de relaciones dentro de la misma; por lo que se puede confirmar la importancia de los canales de comunicación.

El “Estudio de Factibilidad para la Creación de un Departamento de Relaciones Públicas en una Empresa de Servicio para la Construcción”, confirma que es de suma importancia, que exista un Departamento de Relaciones Públicas y que ayude a divulgar las bondades de la Empresa y a mejorar el sistema de Comunicación. (Godínez, 2007: p. 1).

“Creación del Departamento de Relaciones Públicas para la Facultad de Arquitectura en la Universidad de San Carlos de Guatemala, menciona la importancia de las Relaciones Públicas; como una herramienta indispensable hoy en día para las Instituciones, para poder informar y mantener una buena imagen ante el Público a quien va dirigido el trabajo institucional. (Barrera, 2007: p. 3).

“El Libro de Oro de las Relaciones Públicas” (Barquero, 2000: p.110), describe el rumor como caso particular de un suceso imprevisible, otro tipo de crisis puede ser motivada por un determinado rumor que circule en la opinión pública, a causa de algún acontecimiento, cambio de política o dirección en la Empresa. Se debe imaginar y desarrollar lo que pueda llegar a suceder, para contrarrestarlo desde el primer indicio que se perciba.

Un ejemplo de lo que puede causar el rumor sucedió en 2006, la Asociación del Auxilio Póstumo del Magisterio había hecho una inversión de cinco millones

(Q.5,000.000.00) de quetzales en el Banco de Comercio. Dicho banco se declaró en quiebra por lo que la Asociación perdió la inversión. A pesar de la magnitud del problema, los Entes encargados no proporcionaron la información necesaria en el momento adecuado, lo que generó una serie de rumores entre empleados y asociados.

En algunos casos, las organizaciones se dan cuenta de la importancia de las Relaciones Públicas, hasta que experimentan las inconveniencias de no haberlas empleado. (Ríos, 2006: p. 15).

También es frecuente encontrar organizaciones e instituciones en las que surgen problemas laborales, o huelgas de trabajadores por la mala comunicación o deficiencia en las Relaciones Públicas con el personal.

Ello sucedió en la Asociación de A.A.P.M.N.G. en 1999, los trabajadores iniciaron una huelga, lo que provocó una crisis que estuvo a punto de cerrar sus oficinas centrales ya que los trabajadores detuvieron las labores y pusieron condiciones para reiniciarlas. Todo ello atrasó y mermó el desempeño laboral, lo que perjudicó administrativamente y creó una mala imagen a la Asociación, en buena medida por la ausencia de una buena comunicación.

Según Jorge Ríos, en otras ocasiones, problemas tales como altos índices de ausentismo y de rotación de personal, falta de iniciativa y de colaboración por parte de los empleados, apatía ante nuevos sistemas o procedimientos, alto grado de retardos etc., que redundan en bajos índices de producción y elevación de los costos, se podrían evitar si se contara con un efectivo programa de Relaciones Públicas, hacia el personal. (Ríos, Relaciones Públicas 2006: p. 15).

La Asociación de Auxilio Póstumo del Magisterio Nacional de Guatemala, es un patrimonio propio del magisterio, de carácter mutualista, no lucrativa, su lema "Hoy por Ti y mañana por mí."

La conforman maestras y maestros que trabajan en la enseñanza, a quienes se les insta a que conozcan y se informen acerca de lo referente a su gremio y puedan contribuir a conformar una buena imagen de su institución.

Esa es una de las razones por las que es necesario que la Asociación cuente con un Departamento de Relaciones Públicas, para mejorar la comunicación interna y externa.

2.3.6. Domicilio

El domicilio legal de la Asociación se fija en el departamento de Guatemala y su sede central en la ciudad capital 5ta. Calle 4-56 Zona 1. La Asociación podrá abrir dependencias u oficinas en cualquier otro departamento de la República, de acuerdo con sus necesidades y capacidad financiera.

2.3.7. Misión y Visión

Misión

Servir con responsabilidad, excelencia y espíritu solidario, atendiendo las necesidades de nuestros asociados y beneficiarios por medio de un equipo humano y con los mejores recursos de tecnología vanguardista.

Visión

Ser reconocidos por todos los asociados (as) de la República de Guatemala y sus familiares, como el Único Patrimonio del Magisterio Nacional, brindando protección y seguridad. (A.A.P.M.N.G. Compendio, 2010: p. 1).

2.3.8. Los Estatutos

Los Estatutos son las reglas fundamentales del funcionamiento de una Asociación, y pese a no poseer el carácter de norma jurídica, son vinculantes para los socios, pues se sometieron a ellos de forma voluntaria al ingresar en la Asociación.

Dentro de los Estatutos podríamos distinguir entre los contenidos establecidos por los socios, y los contenidos obligatorios.

La duración, cuando la asociación no se constituya por tiempo indefinido. Los fines y actividades de la asociación, descritos de forma precisa. Los requisitos y modalidades de admisión, baja sanción y separación de los asociados, en su caso, las clases de éstos, podrán incluir también las consecuencias del impago de las cuotas por parte de los asociados.

Los derechos y obligaciones de los asociados, y en su caso, de cada una de sus distintas modalidades.

El patrimonio inicial y los recursos económicos de los que se podrá hacer uso. Causas de disolución y destino del patrimonio en tal supuesto, que no podrá desvirtuar el carácter no lucrativo de la entidad.

Así mismo, los Estatutos podrán ser desarrollados por un reglamento de régimen interno, para regular todos aquellos aspectos del funcionamiento de la Asociación que no hayan quedado claros en aquellos.

http://www.alicante-ayto.es/p_ciudadana/portal/documentos/apuntes_practicos_f_valladolid.pdf

2.3.9. Identificación

La Asociación se identifica con el emblema delimitado por dos circunferencias concéntricas en cuyo interior blanco se lee: "ASOCIACIÓN DE AUXILIO POSTUMO DEL MAGISTERIO NACIONAL DE GUATEMALA", en el círculo

interior de color amarillo, vetado con café, sirve de fondo a una MONJA BLANCA que tiene al pie derecho una rama de laurel en el izquierdo un libro abierto con el lema de la Asociación "Hoy por ti mañana por mí".

2.3.10. Estructura de la Asociación de Auxilio Póstumo del Magisterio Nacional de Guatemala

ÓRGANOS DE DIRECCIÓN. Los Órganos de Dirección de la Asociación, son:

- a) DELEGADOS (AS) DEPARTAMENTALES;
- b) JUNTA DIRECTIVA;
- c) COMISIÓN DE FINANZAS;
- d) COMISION DE DISCIPLINA Y CONTROVERSIA.

ASAMBLEA GENERAL. Por ASAMBLEA GENERAL debe entenderse la reunión conjunta de DELEGADOS (AS) DEPARTAMENTALES, JUNTA DIRECTIVA, COMISION DE FINANZAS, COMISION DE DISCIPLINA Y CONTROVERSIAS Y GERENTE, para celebrar sesiones ordinarias o extraordinarias.

ORGANIZACIÓN DMINISTRATIVA. Se consideran como órganos administrativos de la Asociación:

- a) DELEGADOS (AS) MUNICIPALES;
- b) DELEGADOS (AS) DEPARTAMENTALES;
- c) ÓRGANOS DE DIRECCION;
- d) DEPENDENCIAS ADMINISTRATIVAS.

Integración: La Asociación de Auxilio Póstumo del Magisterio Nacional de Guatemala está integrada por todos (as) los (as) asociados (as) de la misma.

ASOCIADOS

Actualmente la Asociación cuenta con 125,213 asociados distribuidos de la siguiente manera:

Obligatorios	100,194
Optativos por descuento obligatorio	1,087
Optativos por caja	387
Optativos por destitución	66
Optativos por renuncia	1,466
Optativos por retiro voluntario	135
Optativos por abandono	81
Optativos por invalidez	476
Optativos por jubilación	21,321
Total	125,213

Fuente: Proporcionada por la A.A.P.M.N.G.

Sedes Departamentales

Cuenta con las Oficinas Centrales en la Ciudad Capital y 21 Sedes Departamentales en los Departamento de: Alta Verapaz, Baja Verapaz, Chimaltenango, Chiquimula, El Progreso, El Quiché, Escuintla, Guatemala, Huehuetenango, Izabal, Jalapa, Jutiapa, Petén, Quetzaltenango, Retalhuleu, Sacatepéquez, San Marcos, Santa Rosa, Sololá, Suchitepéquez, Totonicapán y Zacapa. (Revista Anual A.A.P.M.N.G., 2010: p. 91-92).

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLOGICO

3.1. Método o Tipo de Investigación:

El enfoque de la investigación es cualitativo y de tipo descriptivo, es decir, se investigó y analizó la situación de la comunicación en la Asociación de Auxilio Póstumo del Magisterio Nacional de Guatemala, mediante un diagnóstico y se describe. El diseño del estudio es no experimental.

A partir de los hallazgos se procedió a la elaboración de una propuesta para solucionar el problema descrito.

3.2. Objetivo General:

Diseñar una propuesta para la creación del departamento de Relaciones Públicas, en la Asociación de Auxilio Póstumo del Magisterio Nacional de Guatemala.

3.2.1. Objetivos Específicos:

- Elaborar un recuento de las acciones de comunicación o relaciones públicas que realiza la Asociación.
- Analizar la efectividad de las acciones comunicacionales que se realizan en la Asociación.
- Definir el público objetivo al que se dirigirán las acciones del Departamento de Relaciones Públicas que se propone.
- Identificar acerca de las necesidades e intereses de comunicación, y Relaciones Públicas de las y los agremiados, trabajadores y órganos de dirección de la Asociación.

3.3. Técnica:

Se utilizaron tres técnicas: revisión bibliográfica, encuesta y entrevista. En la encuesta participaron dos grupos de personas, 305 personas asociadas y 53 empleados de la Asociación.

Se entrevistó a once (11) integrantes de Órganos de Dirección, el actual Gerente y Jefatura de Recursos Humanos de la Asociación.

La característica principal de la muestra, es que todas las personas son asociados, trabajadores, Órganos de Dirección de la Asociación; son graduados de maestros y maestras y/o profesores de enseñanza media, radican en las 22 sedes departamentales de la Asociación.

3.4. Instrumento:

Se diseñaron tres instrumentos: Dos cuestionarios; uno dirigido a las y los asociados y otro para empleados. Contenía una serie de 10 preguntas.

Un guía de entrevista para órganos de dirección, en la que se incluyó 10 preguntas.

Todos los aspectos que se abordaron en la entrevista y los cuestionarios fueron cualitativos.

3.5. Población o Universo:

La población o universo fueron 125,000 asociados, trabajadores e integrantes de Órganos de Dirección de la Asociación del Auxilio Póstumo del Magisterio Nacional de Guatemala.

Muestra:

El tipo de la muestra fue no probabilística, es decir que no todas las personas tenían la misma posibilidad de ser escogidas. Para el efecto se llevó a cabo un proceso de selección informal, en la que se selecciono un 5% de la muestra de un Universo de 125,000 sujetos típicos, con la idea de que fueran representativos de la población: Asociados, trabajadores e integrantes de los Órganos de Dirección.

Los objetivos de la investigación se definieron para conocer opiniones y sucesos, relacionados con las relaciones públicas y la comunicación en la Asociación; específicamente con los sujetos seleccionados.

La muestra fue integrada por trescientos sesenta y nueve personas, distribuidas de la siguiente forma:

- Trescientos cinco (305) asociados ubicados en las Sedes Departamentales de la Asociación, en los 22 Departamentos de la República de Guatemala.
- Cincuenta y tres (53) trabajadores y trabajadoras. En la muestra se tomó la totalidad de los trabajadores, por ser una cantidad mínima a la de los Asociados.
- Once (11) personas integrantes de Órganos de Dirección, Gerencia y RR.HH. Se tomó en cuenta a todos los Integrantes, ya que los mismos son los que toman las decisiones y ejecutan las acciones.

Según Hernández Sampieri “Para el enfoque cualitativo, la muestra es una unidad de análisis o un grupo de personas, contextos, eventos, sucesos, comunidades, etcétera, de análisis; sobre la cual se habrán de recolectar datos, sin que necesariamente sea representativa del universo o población que se estudia” (Hernández Sampieri Et. Al. 2003: p. 302).

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1. Exposición de los Resultados

Las entrevistas con Órganos de Dirección no se pudieron realizar como estaba previsto. Por indicaciones de la persona responsable de la coordinación de dichas entrevistas, fue necesario entregar la guía de entrevista a cada persona dando cada uno las respuestas por escrito; ello no permitió generar el diálogo necesario, formular preguntas y obtener información del entorno. Tampoco fue posible puntualizar aspectos que eran clave para conocer con mayor profundidad la situación real de la Asociación, con respecto a las personas que dirigen y tienen el poder para la toma de decisiones.

Se realizaron 11 entrevistas a distancia por escrito a los que integran los Órganos de Dirección:

1. Jefe de Recursos Humanos, 2. Gerente General, 3. Presidente de Junta Directiva, 4. Directivo (1), 5. Directivo (2), 6. Presidente Comisión de Finanzas, 7. Vocal I de Comisión de Finanzas, 8. Vocal II Comisión de Finanzas, 9. Presidente Comisión de Disciplina y Controversias, 10. Vocal I de Disciplina y C., 11. Vocal II de Disciplina y C.

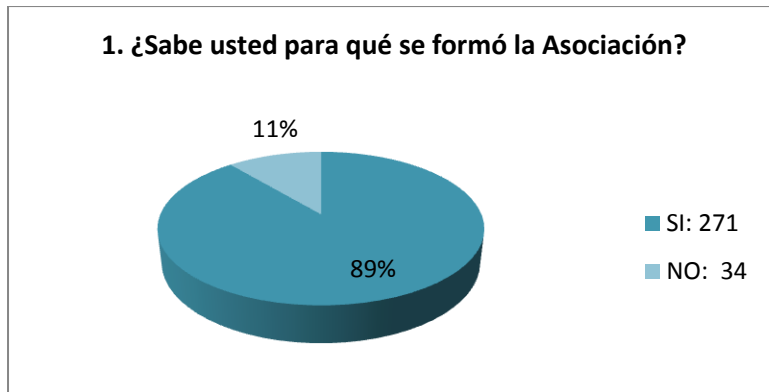
4.1.1. ¿Conoce documentos oficiales de la asociación?

Con el estudio se trató de establecer el nivel de comunicación interna y de conocimiento de la Asociación que tienen las personas, en la Organización.

Asociados (as)

De las 305 personas asociadas participantes, 271 (89%), dijeron que conocen para qué se conformó la Asociación, solamente 34 (11%) afirmaron que No.

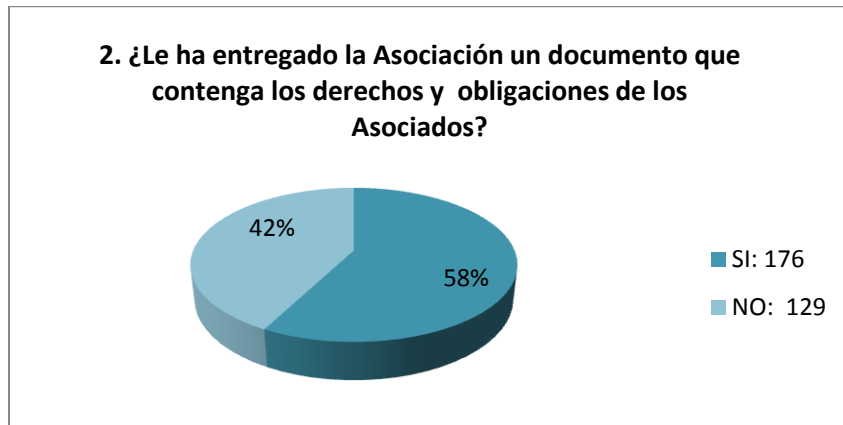
Gráfica No.1



Fuente: Elaboración propia derivada del trabajo de campo.

La mayoría de las personas asociadas, 176 equivalente al (58%) manifestaron que en el momento que se asociaron, se les entregó un documento que contenía sus derechos y obligaciones; sin embargo 129 participantes (42%) manifestaron que No recibieron el documento mencionado.

Gráfica No.2



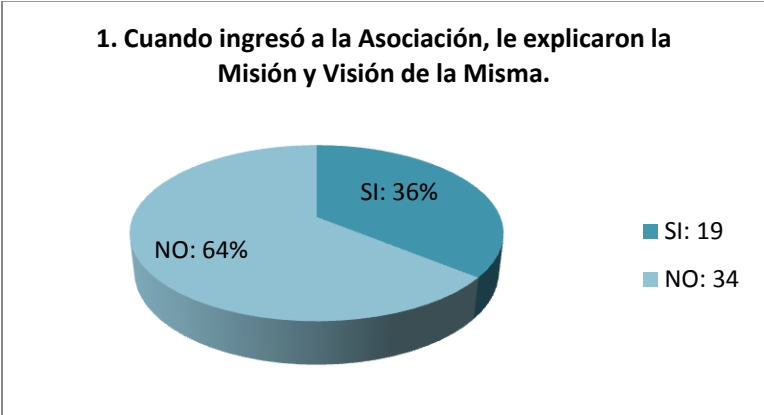
Fuente: Elaboración propia derivada del trabajo de campo.

Trabajadores

Participaron 53 trabajadores de la Asociación de Auxilio Póstumo del Magisterio, 33 hombres y 20 mujeres.

La mayoría de personas equivalente a 34 (64%), que trabajan en la Asociación afirmaron que cuando iniciaron como trabajadores No les explicaron la misión y visión institucional, mientras que una menor cantidad 19 equivalente al (36%) manifestaron que Si les explicaron.

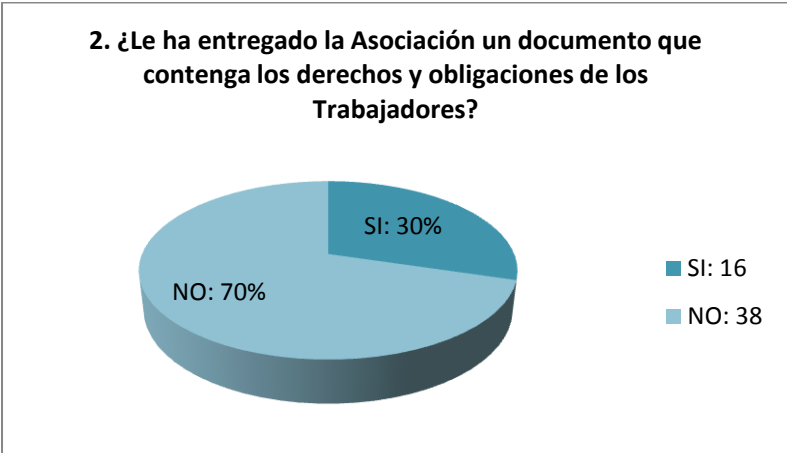
Gráfica No.3



Fuente: Elaboración propia derivada del trabajo de campo.

Con relación a la entrega de un documento que contenga los derechos y obligaciones de los trabajadores, cuando la persona ingresa a trabajar en la Asociación, 38 personas (70%) manifestaron que No les entregaron un documento, y solamente 16 que equivale al (30%) dijeron que Sí.

Gráfica No.4



Fuente: Elaboración propia derivada del trabajo de campo.

Con trabajadores se buscó establecer su conocimiento de documentos Oficiales de la Asociación, 10 trabajadores (19%) manifestaron que desconocen dichos documentos.

Veintiuna personas (40%), dijeron que conocen “El Estatuto y Reglamento”, y 7 (13%) solamente conocen el Estatuto. Una persona (2%) mencionó “la revista”.

Los 14 trabajadores restantes equivalente al (26%) de las personas mencionaron una diversidad de respuestas, prácticamente una respuesta por persona, que por ser tan extenso, sólo se incluyen algunas respuestas: “estatuto”, “reglamentos”, “actas”, “puntos resolutiveos”, “requerimiento”, “formulario”, “pacto colectivo”, “manual de funciones”, “diferentes documentos”, “formulario préstamo”, “formulario P.P.O.V. y Beneficio Póstumo”, “actualización”, “pagares”, “cheques”. (El entrecomillado significa que son respuestas textuales).

Solamente una persona de estos 14 restantes aseveró que conoce “todos los reglamentos”.

Órganos De Dirección

Conocimiento De Misión y Visión:

Prácticamente todas las personas entrevistadas repitieron literalmente la misión aunque no ocultaron que la leyeron para poderla recordar, la visión fue menos mencionada.

Documento Informativo: Derechos/Obligaciones Trabajadores y Asociados

Se trató de identificar entre los órganos de dirección, si las personas conocían un documento que les informara acerca de sus derechos y obligaciones como trabajadores y asociados.

Las personas mencionaron: Manual de funciones, reglamentos, pacto colectivo, estatutos, revista anual, reglamento interno, código de trabajo, contrato de trabajo, resoluciones, actas, boletín trimestral, memos y circulares.

Un Directivo mencionó que “existe un reglamento que indica cuales son las funciones de cada ente que integra la Asociación, desde un asociado, órgano de dirección y la gerencia que es la encargada de velar en aspectos laborales”.

Únicamente el entrevistado No. 4 afirmó que no existe ningún documento con ese fin.

Documento informativo acerca de los Programas y Beneficios

Las personas entrevistadas mencionaron: Manual de funciones; trifoliar informativo, estatuto, reglamentos, pacto colectivo, resoluciones, boletín trimestral, Revista anual, compendio, dictámenes, actas, memos y oficios.

Algunas respuestas más elaboradas fueron: “Todos los beneficios están en el Pacto Colectivo”. “Todos los reglamentos indican, cómo funcionan los distintos programas, como: pago de gastos funerarios por muerte de asociado, por muerte de beneficiario, de préstamos, PPOV, etc.”

El entrevistado No. 4 aseveró que no existe ningún documento, y que a los Asociados se les informa por medio de los Delegados Departamentales y municipales únicamente.

E.10. La misión. Estatuto, reglamento general y revista.

Tipo de Comunicación de la Asociación con Trabajadores y Asociados

A las personas entrevistadas, todos integrantes de Órganos de Dirección se les preguntó qué tipo de comunicación establece la Asociación con trabajadores y Asociados, las respuestas fueron:

Recursos Humanos (E.1) Con trabajadores: circulares, memos, administrativos, asambleas generales, sesiones de trabajo.

Presidente de Finanzas (E.2) Con trabajadores: personal a través de Recursos Humanos.

Asociados: escrita (oficios) para algunos Asociados, Revistas (Comunicación de una vía).

Vocal I de Finanzas (E.3) Con trabajadores: ninguna.

Asociados: vía oral.

Vocal II de Finanzas (E.4) Formal, Informal, Vertical, Horizontal.

Asociados: formal e Informal.

Presidente Comisión de Disciplina y Controversias (E.5) Con trabajadores: sólo a través de la Gerencia.

Asociados: solo lo descrito en pregunta 3.

Vocal de Comisión de Disciplina y Controversias (E.6.) Con Trabajadores: por medio de Gerencia y Jefes de departamentos.

Asociados: por medio de los Delegados departamentales y municipales.

Vocal de Comisión de Disciplina y Controversias (E.7) Con Trabajadores: convivios, excursiones, capacitaciones.

Asociados: Asambleas departamentales de Información, sesión de trabajo con delegados municipales, asamblea general con delegados departamentales.

Directivo: (E.8) Con Trabajadores: activa y de doble vía / directa.

Asociados: activa oral y escrita por medio de delegados y comisiones de apoyo logístico.

Directivo: (E.9) Con Trabajadores: socializando por medio de Jefes de dependencia (departamento), las ordenanzas y acuerdos de beneficio para la Asociación y Trabajadores.

Asociados: en Asambleas Departamentales, Municipales y Revista que se publica.

Presidente de Junta Directiva (E.10) Con trabajadores: verbal y escrita.

Asociados: verbal, asambleas municipales y departamentales; revista anual y boletines trimestrales.

Gerente General (E.11) Con Trabajadores: cartelera informativa, R.R.H.H. y por correo electrónico.

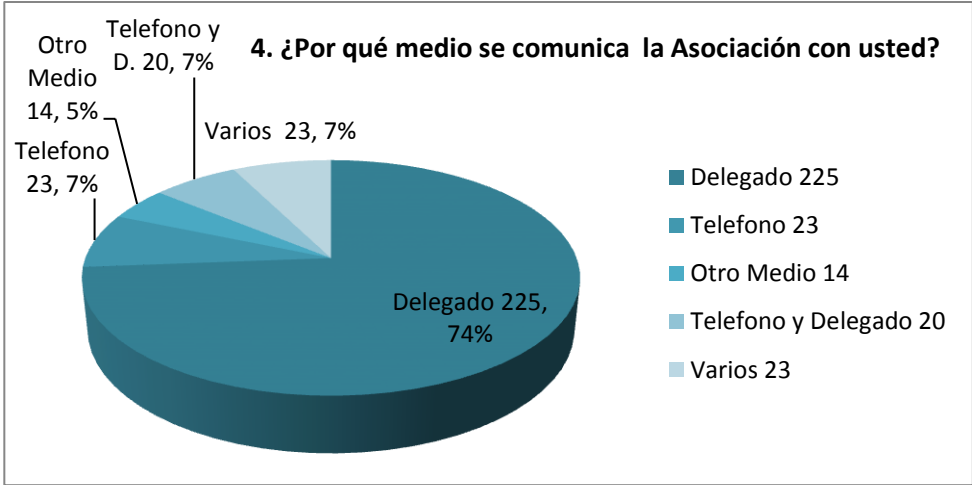
Asociados: carteles informativos, asambleas departamentales y municipales de información por lo menos 4 al año, se presenta un representante de cada órgano de dirección, con temas de su competencia.

4.1.2. Medios para la Comunicación Interna

Asociados

Acerca de los medios que utiliza la Asociación para comunicarse con los asociados, la encuesta refleja que la mayoría 225 (74%), afirmaron que el medio es el Delegado.

Gráfica No.5



Fuente: Elaboración propia derivada del trabajo de campo.

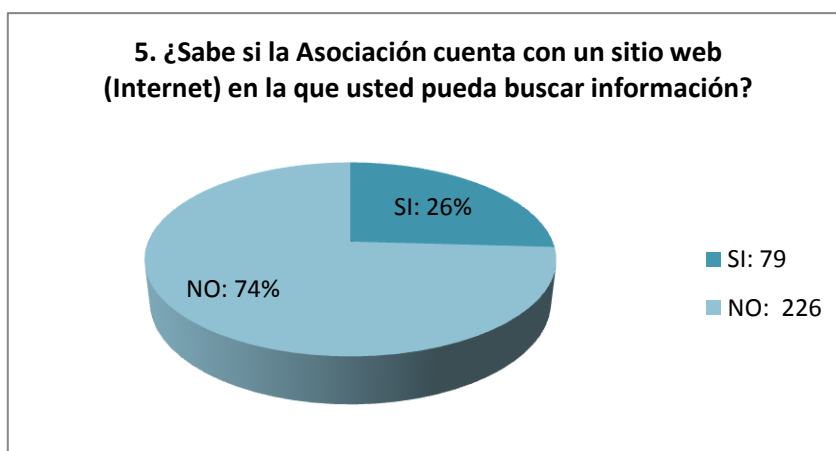
Las demás personas 23 (7%) dijeron que el teléfono, 20 (7%) personas mencionaron teléfono y delegado, 14 (5%) respondieron “otro medio”; sin especificar cuál, 23 (7%) afirmaron varios entre los cuales están: el correo electrónico, una persona dijo que por el periódico, una más dijo “la secretaria de la sede”. El resto de personas respondieron: correo electrónico y delegado, teléfono y correo electrónico, teléfono, carta, delegado, teléfono y delegado, periódico, otro.

Por lo menos cinco asociados dijeron que la Asociación no se comunica con ellos.

La mayoría de personas asociadas 226 (74%) manifestaron que no saben si la Asociación cuenta con un sitio web, mientras que la minoría 79 (26%) afirmaron que si existe.

En la realidad la Asociación No cuenta con sitio web.

Gráfica No.6



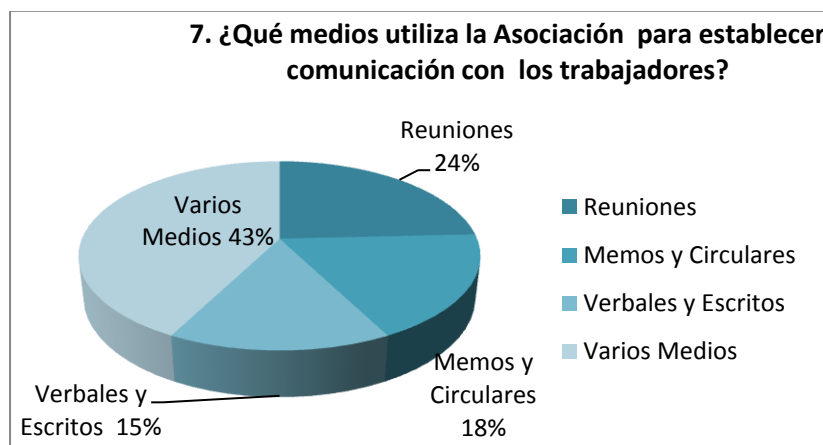
Fuente: Elaboración propia derivada del trabajo de campo.

Trabajadores

Las y los trabajadores manifestaron que los medios que utiliza la Asociación para establecer comunicación con el personal son: reuniones, circulares, memorandos, llamadas telefónicas, oficios, ninguno. Por lo menos una persona manifestó que lo ignora.

Otras respuestas fueron: escrito; ninguno; verbales y escritos; memos y escritos; memos y circulares; memos y reuniones; memos y teléfono; circulares; diálogo, oficios, memos, electrónico, teléfono, verbal, correo interno, radio, reuniones, incluso dijeron “lo ignoro”.

Gráfica No.7



Fuente: Elaboración propia derivada del trabajo de campo.

Órganos de Dirección

Los integrantes de los Órganos de Dirección entrevistados dijeron que los medios que utiliza la Asociación son:

Recursos Humanos (E.1) Trabajadores: reuniones, circulares, memos.

Asociados: revista anual, trifoliales.

Presidente de Finanzas (E.2) Trabajadores: por teléfono, en forma personal y escrito.

Asociados: con algunos por teléfono y escrito (oficios).

Vocal de Finanzas (E.3) Trabajadores: oral, escrito, teléfono, oficios, memos, internet, correo electrónico.

Asociados: oral, escrito, teléfono, sedes departamentales, delegados.

Presidente de Comisión de Disciplina y Controversias (E.5) Asociados: información escrita, oral y asambleas.

Vocal Comisión de Disciplina y Controversias (E.6) Trabajadores y asociados: Teléfono y personalmente.

Vocal Comisión de Disciplina y Controversias (E.7) Trabajadores: sesiones de trabajo con Gerencia, R.R.H.H. Jefes de Departamento y trabajadores en general. Asociados: Asambleas Departamentales y municipales de información.

Directivo (E.8) Trabajadores: escritos, orales, digitales.

Asociados: escritos y orales.

Directivo (E.9) Trabajadores: con los jefes de dependencias.

Asociados: por medio de delegados departamentales y municipales, revistas o boletines que se publican.

Presidente de Junta Directiva (E.10) Trabajadores: a través de jefes de departamentos, Recursos Humanos, puede ser oral o escrita.

Asociados: revista.

Gerente General (E.11) Trabajadores: teléfono, interno, escrito y verbal.

Solamente el Vocal de Finanzas (E.4) informo que para Trabajadores no existe ningún medio para la comunicación.

4.2. Frecuencia con que la Asociación Establece Comunicación con Trabajadores y Asociados

En las entrevistas con integrantes de los Órganos de Dirección, se preguntó acerca de la frecuencia con la que se establece comunicación con trabajadores y Asociados, las respuestas fueron:

Recursos Humanos (E.1) Trabajadores: según la necesidad.
Asociados: mensualmente.

Presidente de Finanzas (E.2) Informó que lo Desconocía.

Vocal II de Finanzas (E.3) Con trabajadores y Asociados: diariamente.

Vocal de Finanzas I (E.4) Trabajadores: eventualmente.
Asociados: cada año en Asamblea Departamental y Municipal.

Presidente de Comisión de Disciplina y Controversias (E.5) Asociados: trimestral, anual, además de asambleas.

Vocal Comisión de Disciplina y Controversias (E.6) Constantemente.

Vocal Comisión de Disciplina y Controversias (E.7) Frecuente.

Directivo (E.8) Trabajadores: permanente.
Asociados: permanente y/o anual.

Directivo (E.9) Trabajadores: no se tiene un registro pero es de acuerdo a las necesidades.

Asociados: se contemplan las asambleas municipales, departamentales, que tienen que ser mínimo una vez al año o cuando surja algún tema que deba ser consultado.

Presidente de Junta Directiva (E.10) Trabajadores: continuamente.

Asociados: con la frecuencia que permita a Delegados Municipales y Departamentales informar.

Gerente General (E.11) Trabajadores: cuando es necesario y en actividades.

Asociados: cada 3 meses en asamblea departamental, y en la capital es más seguido por la cercanía.

Por lo menos una persona dijo desconocerlo, mencionaron “Según la necesidad”, eventualmente, no se tiene un registro, otras respuestas fueron ambiguas tales como: constantemente, frecuente y continuamente. Incluso mencionaron: trimestral o anual.

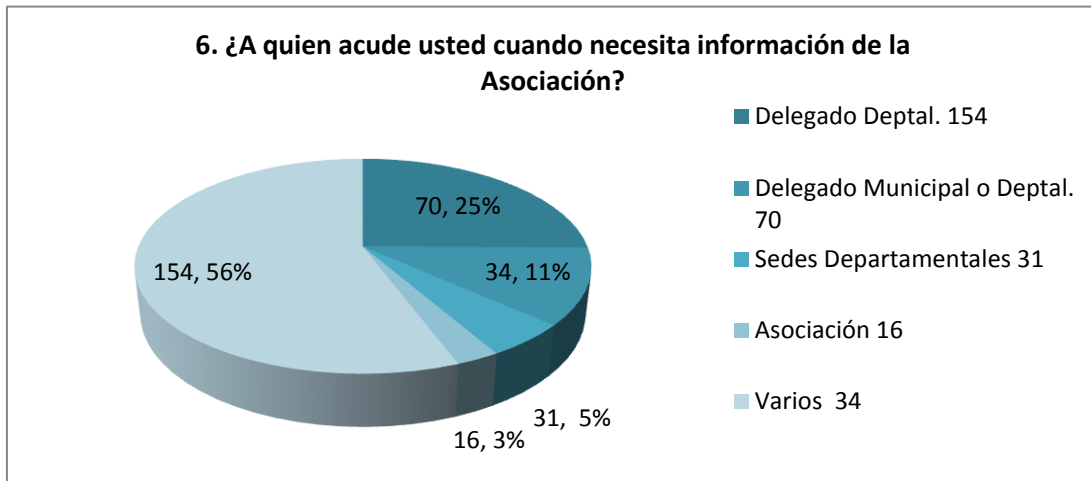
Un entrevistado respondió: Revista Anual y trifoliales, respuestas sin coherencia a la pregunta planteada.

4.3. Responsables de proporcionar Información

Asociados

Cuando las personas necesitan información de la Asociación a quien acuden: ciento cincuenta y cuatro (56%) dijeron que acuden a los Delegados Departamentales, 70 (25%) más respondieron Delegados Municipales y Departamentales, 31 (5%) Sedes Departamentales, 16 (3%) acuden a la asociación, el resto que corresponde a un total de 34 (11%) mencionaron varios entre ellos: Delegado Municipal o Departamental, la asociación, delegado o sede, una persona mencionó a jefes de programas, gerencia, trabajadores y directivos, 2 dijeron que al sitio web, una más respondió “a la persona que tenga contacto fácil y rápido”.

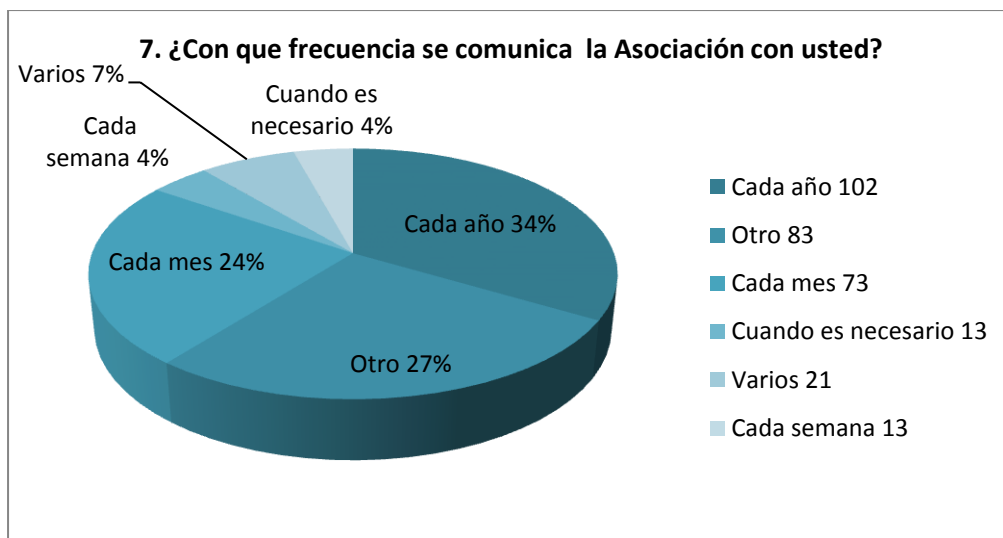
Gráfica No.8



Fuente: Elaboración propia derivada del trabajo de campo.

En cuanto a la frecuencia con que se comunica la Asociación con sus Asociados, 102 (34%) personas respondieron que cada año, 73 (24%) cada mes, 13 (4%) cada semana, 13 (4%) cuando es necesario y 83 (27%) dijeron otro sin especificar, 21 (7%) indicaron varios donde por lo menos una persona dijo cada 2 o 3 años, 4 afirmaron que no hay comunicación, otras personas dijeron cada tres meses, cada seis meses, cuando necesito un préstamo.

Gráfica No.9



Fuente: Elaboración propia derivada del trabajo de campo.

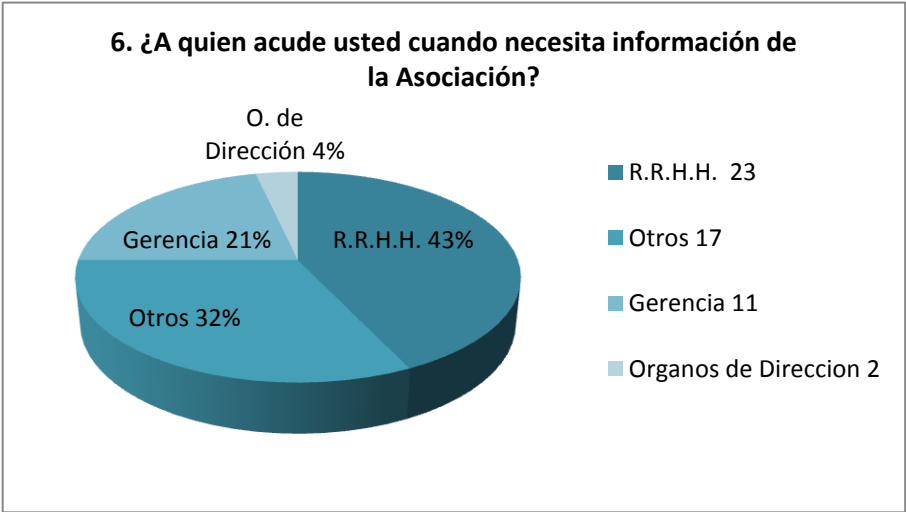
Las y los asociados que participaron en la encuesta consideran que quien les debería proporcionar información acerca de la Asociación son: Delegados departamentales y municipales 199 (65%), delegados y sedes 27 (9%), un Departamento de Información 18 (6%), Órganos de Dirección 10 (3%), Director o Coordinador 9 (3%), no respondieron 20 (7%) personas.

Las demás respuestas con un total de 22 (7%) fueron tan variadas como: los directivos y los delegados, encargados de cada sección, Director o Coordinador, los empleados, sede, auxilio póstumo, presidente de la asociación, gerencia y asesor, jurídico y financiero, los más capacitados, el decano y secretario, Ministerio de Educación, Supervisor CTA., correo y página web, encargado de relaciones públicas.

Trabajadores

La mayoría de personas veintitrés (43%) manifestaron que acuden a Recursos Humanos, Gerencia 11 (21%), Órganos de Dirección 2 (4%), y 17 (32%) respondieron “Otros”.

Gráfica No.10



Fuente: Elaboración propia derivada del trabajo de campo.

Órganos de Dirección

En cuanto a quienes son responsables de mantener la comunicación con los Trabajadores y Asociados, los órganos de dirección respondieron lo siguiente:

Recursos Humanos (E.1) Trabajadores: Gerencia General y Recursos Humanos.
Asociados: Delegados Municipales y Departamentales.

Presidente de Finanzas (E.2) Trabajadores: Gerente, Recursos Humanos, Jefes de Departamentos.

Asociados: Gerencia, Recursos Humanos, Trabajo Social, Otro.

Vocal de Finanzas I (E.4) Trabajadores: Recursos Humanos.

Asociados: Delegados Departamentales y Municipales.

Vocal de Finanzas II (E.3) Trabajadores: Asamblea General, Gerente, Recursos Humanos.

Asociados: Asamblea General, Gerente, Delegados.

Presidente de Comisión de Disciplina y Controversias (E.5) Trabajadores: Gerencia.

Asociados: Órganos de Dirección (JD, CF, CDC, Delegados departamentales, delegados municipales).

Vocal de Comisión de Disciplina y Controversias (E.6) Trabajadores: Gerencia.

Asociados: Delegados Departamentales y Municipales.

Vocal de Comisión de Disciplina y Controversias (E.7) Trabajadores: Recursos Humanos, Gerencia Vocal IV y J.D.

Asociados: Delegados Departamentales, Oficiales II de Sedes Departamentales, Delegados Municipales y Junta Directiva.

Directivo (E.8) Trabajadores: Recursos Humanos y Gerencia.

Asociados: Delegados Municipales y Departamentales, Oficiales II.

Directivo (E.9) Trabajadores: Gerencia por medio de los Jefes de Programas.

Asociados: Órganos de Dirección por medio de Delegados Departamentales y Municipales.

Presidente de la Junta Directiva E.10 Trabajadores: Gerente, Recursos Humanos, Jefes de Departamentos, Órganos de Dirección.

Asociados: Delegados Municipales Departamentales, Trabajadores de la Asociación y Órganos de Dirección.

Gerente General (E.11) Trabajadores: Recursos Humanos.

Asociados: Órganos de Dirección y asamblea general.

4.4. Necesidad de Información

Se trató de establecer las necesidades de información de cada uno de los segmentos de personas entrevistadas; las respuestas se separan en asociados, trabajadores y órganos de dirección.

Asociados

Las y los asociados mencionaron que su demanda de información es acerca de: Programas, beneficios y servicios 85 (28%), Información general 51 (17%), no respondieron 39 (13%), derechos y obligaciones 15 (5%), préstamos 25 (8%), otras 11 (3%) mencionaron que la que se brinda está bien.

Varios asociados 79 (26%) demandan información de: Programas estatutos y reglamentos, recursos humanos, funciones y cambio, actualización de todo tipo, entre ellos de datos, procedimientos jurídicos, programas de vivienda, acerca de

quien recibe el dinero cuando una persona muere, tener claro a quién recurrir en caso de necesidad financiera, entre otras.

Trabajadores

Las y los trabajadores dijeron que la necesidad de información acerca de la Asociación, es la que les sirva para realizar adecuadamente su trabajo. Mencionaron: Estatutos y reglamentos 14 (28%), comunicación 12 (23%) entre una de las respuestas de este porcentaje fue “necesitamos comunicación”, No contestaron nada 10 (19%), varios 15 (23%), manual de funciones 2 (4%).

Órganos de Dirección

Según los órganos de dirección, la necesidad de Información de Trabajadores y Asociados.

Con el análisis de las entrevistas realizadas se establecieron las ideas que tiene cada persona acerca de las necesidades de información.

Recursos Humanos (E.1) Trabajadores: acerca de prestaciones.
Asociados: préstamos y beneficio póstumo.

El Presidente de Finanzas (E.2) Manifestó que: Trabajadores: referente a sus funciones.
Asociados: préstamos, fallecimientos de maestros, beneficiarios etc.

El Vocal de Finanzas (E.3) Afirmó que la necesidad de los Trabajadores es acerca de lineamientos de programas.
Asociados: acerca de programa de préstamos.

Vocal de Finanzas (E.4) Considera que los Trabajadores necesitan información relacionada con derechos y obligaciones.

Asociados: acerca de beneficios y programas.

El Presidente de la Comisión de Disciplina y Controversias (E.5) afirma que los Asociados: necesitan conocer el manejo de programas.

Vocal de Disciplina y Controversias (E.6) manifestó que los Asociados: requieren Información personal o telefónica sobre sus expedientes.

Vocal de Disciplina y Controversias (E.7) afirmó que los Trabajadores: necesitan conocer acerca de las dinámicas de los diferentes Programas, relación laboral y salarial.

Los Asociados: programas y situación financiera.

Un Directivo (E.8.) dijo que las necesidades de información de los Trabajadores son acerca de Cambios y/o reformas.

Asociados: reformas y actualizaciones.

Un Directivo más (E.9) afirmó que los Trabajadores necesitan información que les aclare si sus equipos de trabajo estén acorde a sus labores.

Asociados: información general, énfasis en estados financieros.

El Presidente de la Junta Directiva (E.10) refirió que los Trabajadores necesitan información inherente a su trabajo.

Asociados: acerca de programas, declaración y cambio de beneficiarios etc.

El Gerente General (E.11) mencionó que las necesidades de información de los Trabajadores están relacionadas con: suspensión, descanso, fechas de pago.

Asociados: préstamos, programas principalmente el aumento del PPOV.

4.5. Percepción de Problema de Comunicación Institucional

Trabajadores

Según la encuesta, la mayoría de trabajadores 47 (89%), perciben que existen problemas de comunicación en la Asociación, una minoría de 6 (11%), consideran que No.

Órganos de Dirección

De las once personas entrevistadas, tres consideran que No existen problemas de comunicación. Entre ellos: Recursos Humanos, Vocal de Disciplina y Controversias y un Directivo.

El Presidente de Finanzas, aseveró que si existen problemas comunicacionales; con los trabajadores porque no es constante la información y con los Asociados porque sólo se comunican por causa de emergencia.

El Vocal II Finanzas dijo que Si existen problemas de comunicación.

El E.5 (Presidente de la Comisión de Disciplina y Controversias) dijo que con los trabajadores Sí existían problemas de comunicación, porque no hay identificación de parte de los Asociados y que debe mejorar el trato y la información.

El entrevistado 7 (Vocal de la Comisión de Disciplina y Controversias) afirmó que con los trabajadores No existen problemas de comunicación, pero con los Asociados Sí.

Uno de los Directivos (E.9) Indico que con los Trabajadores es posible que exista, porque se han escuchado desacuerdos de algunos de ellos, por muchos movimientos, por la forma de trato.

Con Asociados: hasta la fecha no hay ese tipo de problemas.

El Presidente de la Junta Directiva (E.10) afirmó que si existen problemas comunicacionales con los Asociados; provocados por la cantidad y dispersión de las personas “todavía se hace necesario mecanismos mejores para la comunicación”.

El Gerente (E.11) manifestó que con los Asociados, a veces si existen problemas de comunicación por la distancia y por falta de medios de comunicación.

4.6. Necesidad del Departamento de Relaciones Públicas

Asociados

La mayoría de asociados 252 equivalente al 83%, consideran necesario que la Asociación cuente con un departamento de relaciones públicas, mientras que la minoría 53 (17%) dijeron que No.

Entre las personas que Si consideran necesario un Departamento de Relaciones Públicas mencionaron algunas necesidades para la creación del mismo.

- Para darse cuenta de todos los cambios.
- Brindar información y orientación calificada.
- Para que se descentralicen un poco más los servicios.
- Para estar en contacto.
- Para mantener informado a los Asociados de todos los cambios.
- Para que envíen información a cada maestro.
- Para obtener más información acerca de la de la asociación.
- Entre otras.

Entre las razones que expusieron los Asociados, quienes No consideran necesario un Departamento de Relaciones Públicas están:

“La Asociación ya cuenta con delegados departamentales y municipales”.

“Sin el departamento estamos capacitados para enfrentar cualquier situación”.

“No es una Empresa Pública sino privada”.

“Ya contamos con el encargado de Recursos Humanos”.

“Ya existe un departamento para enviar y recibir información aunque deben hacerlo de la mejor manera”.

“Es un gasto innecesario”.

“No porque no se va a cumplir con lo estipulado”.

“Se puede establecer una comunicación clara por medio de Recursos Humanos y Gerencia”.

Trabajadores

Acerca de la necesidad de que la Asociación cuente con un Departamento de Relaciones Públicas, la mayoría de personas 35 (66%), dijeron que lo consideran necesario, los cuales mencionaron algunos beneficios:

- Que tendrían mejor comunicación con los asociados, para socializar Información, para atender las necesidades del visitante, para una buena comunicación interna y externa, para tener comunicación verbal, escrita y electrónica entre la Asociación y asociados, para referir a los asociados para que obtengan información.
- Para Informar a usuarios y público en general sobre diversos temas y promociones de la Asociación, para atender la imagen de la “empresa” y las diferentes visitas, atender situaciones de interrelación laboral y la distribución de la revista, para mejorar la comunicación y resolver dudas y conflictos, mejorar la comunicación entre trabajadores.

- Para tener más información de la Asociación, regular la información que se brinda, mantener una comunicación con la gente de afuera, asociados medios de comunicación ya que algunos desconocen los fines y beneficios de la Asociación.
- Porque en ocasiones falta apoyo para dar a conocer las necesidades de trabajadores y asociados.

Mientras que el resto de Trabajadores con un total de 18 (34%) expresaron que No. Dichas personas justificaron su postura con las siguientes respuestas:

“Para eso existen los delegados para que den información”,

“La revista cumple con el objetivo de informar a los asociados”,

“Sería una inversión innecesaria y la Asociación no cuenta con recursos para Ello”.

4.7. Necesidad de un Sitio Web como parte de la Comunicación Interna

Únicamente dos personas (11%) No consideran necesario que la Asociación cuente con un sitio web, mientras que el resto de trabajadores que corresponden a 51 (89%) afirman que Si es necesario.

4.8. Propuestas para Mejorar o Resolver los Problemas de Comunicación en la Asociación

Órganos de Dirección

- Que se contrate una persona encargada de las Relaciones Públicas, para que se encargue de la gestión de la Imagen Institucional de la Asociación.
- Crear el Departamento de Relaciones Públicas de la Asociación.

- Acelerar el proceso para la implementación del Portal de la Comunicación.
- Crear visitas a establecimientos públicos y privados informando sobre la Asociación.
- Crear el Departamento de Atención al Asociado y Trabajador para mejorar la atención y cobertura del Servicio, tanto de las y los trabajadores como de quien utiliza los servicios de la Asociación (maestros y beneficiarios).
- Que Recursos Humanos planifique actividades, que permitan mejorar el desempeño de los jefes de cada Departamento, para que con el ejemplo pueda involucrar al personal que está a su cargo.
- Remover o despedir a los jefes y demás personal que creen que basta solamente con ocupar un puesto, no importando una mala comunicación, la cual es el motor para una eficiente relación con los demás (sean empleados o asociados).
- Que Gerencia y los Jefes de departamentos les den más información a las secretarías y oficiales de las sedes a efecto de cumplir mejor con su trabajo.
- Aprovechar cuando se realizan Asambleas, sesiones de trabajo, etc. para exponer la necesidad de modificaciones, siempre que las mismas convengan a la Asociación.
- Despertar y/o fortalecer el interés de ambos (asociados y trabajadores), en aspectos relacionados a la institución y sus fines.
- En relación a trabajadores; se tendría que explicar las razones por la cual los cambian de un programa a otro, conocer sus habilidades y debilidades

para sus atribuciones, y escuchar las opiniones o sugerencias de los propios trabajadores.

- Divulgación a través de medios de comunicación radiales, escritos, procurando racionalizar el gasto, por ser la Asociación, una organización No lucrativa y no puede trasladar costos a sus asociados, más allá de lo autorizado y presupuestado.
- Elaboración de Boletines con información específica.
- Motivar a los asociados a participar en asambleas municipales de información.
- Promover la visita a sedes departamentales a requerir la información necesaria.

4.9. Análisis y aspectos a resaltar

A pesar de que la mayoría 176 (58%) de Asociados afirmaron que les entregaron un documento acerca de sus derechos y obligaciones y que conocen los servicios y beneficios que presta la Asociación, la principal demanda de los asociados es acerca de:

Programas, beneficios, servicios, información general, derechos y obligaciones, a qué persona acudir en caso de necesidad, Información financiera.

Es necesario mencionar que 129 (42%) asociados, manifestaron que nunca les facilitaron la información mencionada.

La mayoría de trabajadores (70%) afirma que no les entregaron un documento que contenga sus derechos y obligaciones en la Asociación.

Varios asociados mencionaron el correo electrónico entre los medios que utiliza la Asociación para comunicarse, una gran mayoría dijeron que desconocen si existe un sitio web institucional, sin embargo por lo menos 79 personas afirmaron que sí existe. En el momento que se realizó la encuesta no existía dicho sitio.

Entre los medios para comunicarse con los asociados la mayoría mencionaron “el Delegado”, el teléfono y otros como: (periódico, otro medio sin especificar cual, correo electrónico, la secretaria de la sede, carta, periódico).

Un porcentaje alto dijo que la Asociación se comunica con ellos cada año, y por lo menos una persona afirmó que cada dos o tres años, algunos mencionaron que nunca.

Las personas asociadas no identificaron a la persona responsable de proporcionarles información, las respuestas fueron muy diversas incluso algunas mencionaron la página web, la persona que tenga contacto más fácil, los más capacitados y por lo menos veinte personas no respondieron. La mayoría de personas trabajadoras manifestaron que acuden a Recursos Humanos, las demás mencionaron Gerencia, Órganos de Dirección y otros.

Solamente el 11% de las y los trabajadores y el 17% de asociados no consideraron que existan problemas de comunicación en la Asociación, y sólo 2 personas trabajadoras (4%), dijeron que la Asociación no necesita un sitio web.

El 89% de los trabajadores y el 83% de los asociados consideran que existen problemas de comunicación en la Asociación.

El 89% de trabajadores consideran que la Asociación necesita un sitio web.

En coherencia con lo anterior, la gran mayoría de participantes en la muestra, asociados con el 83%, y el 89% de trabajadores consideran que es necesario un Departamento de Relaciones Públicas en la Asociación.

Los medios utilizados por la Asociación, para establecer comunicación identificados por los trabajadores son: reuniones, circulares, memorandos, llamadas telefónicas, oficios, teléfono, correo interno, radio.

También mencionaron como medio las formas: Verbales, escritos, reuniones, diálogo, electrónico.

Ninguno de los trabajadores mencionó como medio al Delegado, mientras que la mayoría de asociados afirmaron como medio al Delegado.

Ningún asociado se refirió a oficios y circulares, en tanto que varios trabajadores sí lo mencionaron.

Trabajadores y Asociados coinciden con el desconocimiento acerca de qué medio específico utiliza la Asociación para establecer comunicación; por lo menos cinco asociados y cinco trabajadores, dijeron que la Asociación no se comunica con ellos; es decir que trabajadores y asociados no perciben que haya comunicación Institucional.

Algunos de los trabajadores en su mayoría manifestaron que al ingresar a la Asociación les explicaron la misión y visión, sin embargo entre sus requerimientos de información para realizar adecuadamente su trabajo, mencionaron: Estatutos y Reglamentos, manuales de funciones, comunicación y por lo menos 10 trabajadores no conocen ningún documento oficial de la Asociación.

Según el Reglamento General del Estatuto el principal fin de la Asociación es todo lo relacionado con el Beneficio Póstumo, de las personas asociadas cuyo responsable es el departamento de Programas de la asociación, el mismo no fue mencionado por ninguna de las personas participantes en la muestra, ello podría mostrar un problema de otra índole.

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA DE ESTRATEGIA PARA LA CREACION DE UN DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS EN LA ASOCIACION DE AUXILIO POSTUMO DEL MAGISTERIO

5.1. Generalidades de la Propuesta

5.1.1. Introducción

La presente propuesta del Departamento de Relaciones Públicas para la Asociación de Auxilio Póstumo del Magisterio, surge después de observar y reflexionar acerca de diferentes problemas de comunicación que se dan en las actividades cotidianas de dicha Asociación.

A pesar de los buenos propósitos de dicha institución la práctica demuestra que es necesario crear un Departamento de Relaciones Públicas, que se haga responsable y cuente con personal con conocimientos técnicos, equipo adecuado y el respaldo institucional para una función tan fundamental en la realidad actual.

Asociados, Trabajadores y Órganos de Dirección tendrán la oportunidad de suplir los vacíos de comunicación con lo que mejorará la institución. Según los Estatutos el presidente de la Junta Directiva y algunos otros integrantes de los Órganos de Dirección tienen responsabilidad en la función comunicativa y de Relaciones Públicas por lo que el departamento que se propone deberá trabajar coordinadamente con dichas personas.

5.1.2. Justificación

Las Relaciones públicas, constituyen la rama de la comunicación que se encarga de crear, modificar y mantener una imagen positiva de una organización o institución, por medio de la creación de un excelente vínculo con los distintos públicos, internos y externos.

Para lograrlo la institución u organización debe y puede utilizar estrategias, técnicas e instrumentos, contar con personas profesionales en comunicación y/o relaciones públicas, para quienes es fundamental mantener información de todo el acontecer que pueda estar vinculado directa o indirectamente a su organización o proyecto.

A pesar de que en documentos institucionales se establecen algunas atribuciones del Presidente de Junta Directiva, Comisiones, Delegados Departamentales y Municipales, relacionadas con la comunicación / Relaciones Públicas en la Asociación, la investigación que se llevó a cabo con Trabajadores, Asociados y Órganos de Dirección demostró que las y los asociados, personas trabajadoras e incluso quienes integran los Órganos de Dirección no perciben con claridad que la Asociación tenga definida una estrategia de comunicación o de Relaciones Públicas, por lo que es necesaria la Creación de un Departamento de Relaciones Públicas en la Asociación.

Con el ánimo de aportar a la Asociación, se propone la Creación de un Departamento de Relaciones Públicas.

5.1.3. Objetivo de la propuesta

Crear un Departamento de Relaciones Públicas adecuado, eficaz y congruente con la Misión y Visión de la Asociación del Auxilio Póstumo del Magisterio Nacional de Guatemala.

5.2. Oficina De RR.PP.

5.2.1. Misión

Generar un vínculo comunicacional positivo entre la Asociación, con los distintos públicos en los ámbitos interno y externo; que permita dar a conocer información relevante.

5.2.2. Visión

Convertirse en un departamento de relaciones públicas, eficiente y reconocido por los asociados y sus familiares, y como el vínculo con el único patrimonio del magisterio nacional.

5.2.3. Valores

Vocación de servicio, Transparencia, Respeto, Solidaridad, Empatía y Ejercicio de derechos humanos y civiles.

5.2.4. Objetivos del Departamento de Relaciones Públicas:

Objetivo General:

- Crear una buena imagen y prestigio a la Asociación que permita posicionarla como una entidad de servicio, sin fines de lucro y como único patrimonio del Magisterio Nacional, por medio de un departamento de Relaciones Públicas.

Objetivos Específicos:

- Mejorar la comunicación entre Asociados, Delegados, Personal y Órganos de Dirección.
- Atender las necesidades de información, de los Asociados y Beneficiarios.

5.2.5. Elementos del Departamento de Relaciones Públicas

Un departamento de Relaciones Públicas tendrá la responsabilidad de concentrar, ordenar y reproducir toda la información referente a la Asociación.

Para el efecto deberá realizar un FODA de la comunicación institucional, que servirá como base para la planificación estratégica y operativa.

Trabjará lo relacionado a los antecedentes, historia, aportes institucionales al Magisterio Nacional.

Asimismo elaborará documentos informativos que contengan datos acerca del Estatuto, Reglamento y todos los documentos que norman el funcionamiento de la Asociación.

Realizará actividades de Relaciones Públicas para el público interno y externo. Una de las actividades que se sugiere realizar son homenajes a personas que se han destacado en aspectos sociales, culturales o artísticos, se hará énfasis en maestros y maestras con una trayectoria impecable en beneficio de las distintas generaciones de estudiantes en el país, autoridades o personajes que han hecho historia dentro de la Asociación.

Lo más importante crear conciencia que la Asociación es resultado de constantes luchas Magisteriales, y que se reconozca como uno de los grupos más combatientes de la Historia Guatemalteca.

Tomando en cuenta las necesidades de las personas encuestadas y entrevistadas, se propone la siguiente estrategia:

1. Información

Actividades

- a. Elaboración y diseño de Trifoliales con Información general de la Asociación.
- b. Creación de videos Internos que den a conocer la Asociación con su historia y antecedentes.
- c. Afiches informativos para las Sedes Central y Departamentales.
- d. Programas informativos radiales a nivel nacional, con énfasis en departamentos, para ello se coordinará con radios educativas y culturales.
- e. Información a establecimientos educativos, públicos y privados acerca de la Asociación y los mecanismos para asociarse.
- f. Información Pública: dirigida a asociados, trabajadores y público en general, a organizaciones no gubernamentales, fundaciones, asociaciones y otras entidades de carácter privado o público.

2. Formación

Actividades

- Elaboración de Boletines acerca de derechos y obligaciones de los asociados y trabajadores.
- Realización de reuniones con Directivos de la Asociación para intercambiar Información e ideas.
- Elaboración de materiales didácticos para que las Delegaciones den a conocer, los mecanismos y requisitos para que los Asociados realicen trámites, principalmente relacionados con el Auxilio Póstumo.
- Facilitación de Apoyo técnico a las Sedes Departamentales, para atender las necesidades de los públicos para prestar mejor atención.

3. Protocolo y Organización de Eventos

Organización de actos protocolarios formales e informales, eventos y ceremonias de diversa índole, atención a medios de comunicación, o personas y personalidades con las que se establezca relaciones interinstitucionales.

Principalmente a los familiares de los Asociados Fallecidos, que llegan a tramitar el Beneficio Póstumo ya que una palabra hace la Diferencia.

Preparación de Eventos Sociales y Culturales, en coordinación con las Comisiones y con integrantes de Órganos de Coordinación.

Organización de eventos para entrega de Condecoraciones, Homenajes, convivios, ocasiones especiales y certámenes líricos y lúdicos.

4. Portal Web

Creación de un sitio web de la Asociación en el que los públicos interno y externo tendrán la posibilidad de encontrar información institucional, documentos para la formación y un servicio de chat con el que se pretende resolver dudas, responder consultas y atender las necesidades comunicacionales y de Relaciones Públicas de las personas.

Los documentos institucionales como el Boletín Informativo y la Revista anual en digital se incluirán en el sitio.

En el sitio se colocará una base de datos de correos electrónicos de Asociados, trabajadores y Órganos de Dirección, así como de las direcciones institucionales.

5. Funciones del Departamento de Relaciones Públicas

- ✓ Proporcionar Información a todos los Asociados de lo más relevante dentro de la Asociación.
- ✓ Búsqueda de canales de comunicación Interno y Externo.

- ✓ Promoción y preparación de eventos relevantes en la Asociación, tales como: Actividades por aniversarios, convivios, culturales, deportivas, celebración de cumpleaños etc.
- ✓ Elaboración del plan estratégico y operativo del departamento en consulta con las personas, integrantes Comisiones u Órganos de Coordinación.
- ✓ Búsqueda de técnicas adecuadas para mantener un ambiente cordial y solidario entre el personal.
- ✓ Atender y dar seguimiento a quejas, dudas, recomendaciones, inconformidades etc.
- ✓ Brindar propuestas para mejorarla imagen a la Asociación.
- ✓ Coordinación con Recursos Humanos para las distintas actividades dirigidas a trabajadores, tales como: capacitaciones, cursos, motivaciones, incentivos etc.
- ✓ Coordinación con la administración de personal, para el ingreso, la permanencia o el egreso de la Asociación, con el fin de dar una buena imagen del inicio hasta el final.
- ✓ Elaboración de documentos institucionales que respondan a las necesidades, de los públicos.
- ✓ Establecimiento de reuniones quincenales para la coordinación de actividades de Relaciones Públicas con el Presidente de la Junta Directiva.
- ✓ Recopilación de Información general acerca de la Asociación, y otras instituciones que sean de interés Institucional de funciones, pacto colectivo, reglamentos y cuanto sea de interés para los mismos.
- ✓ Presentación de propuestas para el diseño adecuado de las oficinas, que permitan las condiciones adecuadas para Trabajadores (as) y Asociados (as).
- ✓ Colocación de sistemas de consulta y/o sugerencias.

6. Personal

De acuerdo con el estudio el departamento de relaciones públicas, que se propone inicialmente se puede conformar con 5 personas, si no se cuenta con el presupuesto para contratar el personal, que se contrate menos personal pero que cuente con experiencia en las ramas.

El equipo será responsable de las relaciones públicas, la divulgación y la información pública institucional y lo conformaran:

- Un Jefe del Departamento de Relaciones Públicas y Comunicaciones
- Un Publicista - Diseñador
- Un Fotógrafo - Camarógrafo
- Un Periodista - Reportero
- Una Secretaria

Atribuciones de Cada Integrante:

Jefe del Departamento de Relaciones Públicas:

Planificar los distintos eventos sociales, culturales, académicos y de publicidad, coordinando, supervisando y ejecutando planes y programas, a fin de divulgar las actividades de la Asociación.

Publicista – Diseñador:

- Elaborar la publicidad de la empresa, regido por los estándares de la misma.
- Realizar el diseño de ilustraciones para las diferentes publicaciones de la Asociación, aplicando las técnicas requeridas en el diseño y dibujo de las mismas, a fin de satisfacer las necesidades de los usuarios.
- Ser el estratega, creativo, diseñador gráfico y visual de la empresa.
- Implementar estrategias que permitan conocer lo que los Asociados desean.
- Construir una identidad única para la Asociación dentro de los Asociados.

Fotógrafo – Camarógrafo

- Realizar tomas fotográficas en diversas actividades de la Asociación, revelando y reproduciendo material fotográfico; a fin de contribuir y apoyar la difusión de la información.
- Ejecutar actividades de video, instalando, operando y aplicando diferentes técnicas de iluminación, grabación y/o sonido, a fin de realizar tomas de video y brindar apoyo a las actividades de la Asociación, en los diferentes actos programados por la misma.

Periodista – Reportero

El objetivo final en la cual debe basar fundamentalmente su trabajo deberá ser, informar sobre algo (ya sea un suceso, acontecimiento, rumor o noticia), de una forma objetiva y veraz tanto interna como externamente. Se encargara de llevar la información constantemente, entrevistara y acudirá a eventos relacionados con la Asociación.

Secretaria

- Organización de la Oficina.
- Desarrollar y mantener relaciones productivas y respetuosas con los demás proporcionando un marco de responsabilidad compartida.
- Reconocer y aprovechar el talento de los demás, para integrarlos y lograr mayor efectividad en el equipo.
- Coordinar el propio trabajo con el de otras personas para el logro de objetivos en común, a través de la colaboración y el intercambio de ideas y recursos.
- Reconocer la interdependencia entre su trabajo y el de otras personas.
- Trabajar en cooperación con otros, más que competitivamente.

El perfil para dichos puestos: deben ser profesionales de la comunicación y/o Relaciones Públicas, Diseño Gráfico con dominio de los diferentes programas digitales de diseño para el apoyo técnico específico.

Según investigaciones realizadas a otras Instituciones los salarios para los integrantes del Departamento de Relaciones Públicas oscila entre:

Jefe de Relaciones Públicas:	Q.8,000.00	a	Q.12,000.00
Técnicos:	Q.5,000.00	a	Q.8,000.00
Secretaria:	Q.3,500.00	a	Q.5,000.00

Un buen Profesional precisa reunir una amplia gama de cualidades y habilidades: Objetividad y aguda habilidad crítica, sentido común, imaginación y capacidad para apreciar el punto de vista de otros, afección por conocer el entorno socioeconómico y político, así como el mercado en el que participa la organización para la cual trabaja, pensamiento estratégico, perseverancia, versatilidad, capacidad de reconocimiento y consideración de los detalles, mente despierta, curiosa y un carácter inquisitivo, capacidad de trabajo y flexibilidad en los horarios, capacidad de organización, fuerte personalidad y capacidad de liderazgo.

Según el Estatuto de la Asociación, el encargado de desempeñar las funciones de relaciones públicas de la Asociación es el Presidente de Junta Directiva, con el cual se coordinaría todas las actividades anteriormente propuestas.

7. Equipo

El Departamento de Relaciones Públicas deberá contar con un espacio físico para su funcionamiento.

Contará con el equipo mínimo al inicio y se completará en los siguientes años de acuerdo a la posibilidad de inversión de la Asociación.

El Mobiliario y Equipo con que contará al inicio será: Un escritorio para cada integrante, un archivo, computadoras con programas de diseño, impresora, cañonera, cámara fotográfica digital, grabadora digital, fotocopidora, escáner y un equipo de sonido. Todo el equipo mencionado, estará a cargo de cada uno dependiendo su especialidad. El precio de los mismos dependerá de los que administran las instalaciones.

CONCLUSIONES

1. La Asociación realiza algunas acciones informativas; no de relaciones públicas; son acciones dispersas y sin el conocimiento técnico necesario.
2. El análisis demostró que las acciones de comunicación que realiza la Asociación actualmente, no son efectivas para cumplir con los fines, misión y visión institucionales.
3. El público objetivo principal al que se deben dirigir las acciones de comunicación o de un Departamento de Relaciones Públicas debe ser en su orden: asociados, delegados departamentales y municipales, trabajadores de la Asociación, y posteriormente maestros y maestras que no pertenecen a la asociación.
4. Las necesidades e intereses de comunicación y/o Relaciones Públicas del público objetivo, de acuerdo al trabajo de campo se pueden agrupar en: derechos y obligaciones, programas, beneficios, estatutos y reglamentos, servicios, entre otros.

RECOMENDACIONES

A la Asociación

1. Implementar un Departamento de Relaciones Públicas, que lleve a cabo acciones planificadas y con el soporte técnico adecuado, en coordinación con quienes de acuerdo a lo que establece el Estatuto, deben organizar lo relacionado con la comunicación de manera que permita cumplir con la Misión y Visión Institucional.
2. La Asociación debe definir Objetivos para el Departamento de Relaciones Públicas, y formular indicadores que permitan en el futuro medir la efectividad y las acciones, así como del desempeño comunicacional.
3. El departamento deberá contar con una planificación estratégica, definir las estrategias y los contenidos para comunicarse con cada segmento del público objetivo, con énfasis en los Asociados que son la razón de Ser de la Asociación.
4. Los documentos que contienen: Derechos y obligaciones, programas, beneficios, estatutos y reglamentos, servicios, entre otros. Deben trabajarse en materiales cortos popularizados y fácilmente entendibles de acuerdo con las necesidades e intereses de comunicación y/ o Relaciones Públicas del público objetivo.

BIBLIOGRAFÍA

1. Asociación de Auxilio Póstumo del Magisterio Nacional de Guatemala. 2010. **COMPENDIO**. Guatemala. 93 páginas.
2. Barquero Cabrero, José Daniel. 2000. **EL LIBRO DE ORO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS**. País. Ediciones GESTIÓN. S. A. 372 páginas.
3. Bonilla Gutiérrez, Carlos. 2002. **RELACIONES PÚBLICAS, FACTOR DE COMPETITIVIDAD PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES** México. Primera Edición. 169 p.
4. Hovland, Ingie. 2005. **COMUNICACIÓN EFECTIVA**. Inglaterra. Instituto de Desarrollo en Países Extranjeros.
5. Interiano, Carlos. 1997. **SEMIOLOGÍA Y COMUNICACIÓN**. 5ª. EDICIÓN S. ED. Guatemala. 122 páginas.
6. Moi, Ali. 2003. **RELACIONES PÚBLICAS EXITOSAS** Ed. Grijalbo. 71 páginas.
7. Raymond, Simon. 1977. (Recopilado). **PERSPECTIVAS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS**. 3ª. Impresión. 364 p.
8. Ríos Szalay, Jorge, 2006. Relaciones Públicas. 3ra. Edición, México. 129 p.
9. Rojas Martínez, Gilberto. 1960. **QUE SON LAS RELACIONES PÚBLICAS**. Guatemala, Ed. Hispania.
10. Yagenova, Simona Violeta. 2006. **LOS MAESTROS Y LA REVOLUCIÓN DE OCTUBRE (1944-1954)**. Ed. De Ciencias Sociales.

TESIS

1. Barrera Valle, Enma Aracely. **CREACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS PARA LA FACULTAD DE ARQUITECTURA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA.** Tesis. Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 64 p.
2. Godínez González, Mildred Linneth, 2007. **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS EN UNA EMPRESA DE SERVICIO PARA LA CONSTRUCCION.** Tesis Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 102 p.
3. Gómez Mayorga, Carmen Yolanda. 2010. **PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO EN LA FUNDACIÓN GUILLERMO TORIELLO.** Tesis. Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 126 p.
4. Pop Macz, Leidy Sorayda, 2006. **REORGANIZACIÓN DE LA ASOCIACIÓN DEL AUXILIO PÓSTUMO DEL MAGISTERIO NACIONAL.** Tesis Licenciada en Ciencias Económicas. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Facultad de Ciencias Económicas. 154 p.

SITIOS WEB

1. www.razonypalabra.org.mx. Razón y Palabra. RELACIONES PÚBLICAS No. 70.
2. <http://aracellymerida.wordpress.com>/Mérida Aracelly. REDACCIÓN DE REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS. Julio 30, 2010.
3. <http://www.aulavirtualrrpp.blogspot.com>Aula Virtual Yar-Q.
4. <http://www.secretosenred.com>. Secretos en Red. 2007, Cómo enfrentarse a un head hunter.
5. <http://noticias.universia.net.co/movilidadacademica/noticia/2007/11/26/245897/enfrentarse-head-hunter.html> Fecha de consulta 28/03/2011 2:30
6. (<http://biblioteca.utec.edu.sv/>.pdf) Consultada el 15 de febrero 2011.
7. <http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/auprides/17157/capitulo%201.pdf> Simon, Raymond; Soria, Víctor, “Relaciones Públicas y Humanas”, 3° Edición Pág. 94 1998.
8. <http://www.rebelion.org/docs/122997.pdf> El Movimiento Magisterial Guatemalteco, Rolando Paz Hernández.
9. <http://shr.aaas.org/guatemala/ceh/mds/spanish/cap1/ante.html> Antecedentes Inmediatos (1944-1961).

LEYES

1. Constitución Política de la República de Guatemala, 2005. reformada por la consulta popular, acuerdo legislativo 18-93.
2. Ley de Emisión del Pensamiento Decreto #9.
3. Ley de Acceso a la Información Pública. Decreto 57-2008.

ANEXOS

No. 1 Boleta de Encuesta Trabajadores

No. 2 Boleta de Encuesta Asociados

No. 3 Guía de entrevista a Órganos de Dirección

No. 4 Organigrama de la Asociación

No. 5 Logotipo de la Asociación



**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ENCUESTA PARA ASOCIADOS**



Agradezco su colaboración para las respuestas a la presente Encuesta, haciendo de su conocimiento que la misma es solamente para uso Académico.

I. DATOS PERSONALES

1. Sexo: HOMBRE MUJER 2. Edad: 3. Departamento:

4. Municipio: 5. Profesión:

II. INSTRUCCIONES: Responda o Marque con una X la respuesta que considera adecuada.

1. ¿Sabe usted para qué se formó la Asociación?
SI NO
2. ¿Le ha entregado la Asociación un documento que contenga los derechos y obligaciones de los Asociados?
SI NO
3. ¿Le ha informado la Asociación acerca de los servicios y beneficios que presta?
SI NO
4. ¿Por qué medio se comunica la Asociación con usted?
Periódico Teléfono Carta Correo Elect. Delegado Otro
5. ¿Sabe si la Asociación cuenta con un sitio web (Internet) en la que usted pueda buscar información?
SI NO
6. ¿A quien acude usted cuando necesita información de la Asociación?

7. ¿Con que frecuencia se comunica la Asociación con usted?
Cada Semana _____ Cada Mes _____ Cada Año _____ Otro _____
8. ¿Qué tipo de información le gustaría usted que le brinde la Asociación?

9. ¿Según usted, quien debería proporcionarle información acerca de la Asociación?

10. ¿Considera necesario que la Asociación cuente con un departamento de relaciones públicas?

SI _____ NO _____ ¿Por qué? _____
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ENTREVISTA

Agradezco su colaboración para las respuestas a la presente Entrevista, haciendo de su conocimiento que la misma es solamente para uso Académico.

1. ¿Cuál es la misión y la visión de la Asociación?

2. ¿Cuenta la Asociación con algún documento Interno Y Externo que informe a los trabajadores y Asociados sus **Derechos y Obligaciones**?
¿Si su respuesta es Sí cuáles son estos?

3. ¿Qué documentos de la Asociación informan acerca de los **Programas y Beneficios** de Trabajadores y Asociados?

4. ¿Qué tipo de Comunicación o Relaciones Públicas realiza la Asociación con Trabajadores y Asociados?

Trabajadores _____

Asociados _____

5. ¿Con qué periodicidad la Asociación se comunica con Trabajadores y Asociados?

Trabajadores _____

Asociados _____



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ENTREVISTA

Agradezco su colaboración para las respuestas a la presente Entrevista, haciendo de su conocimiento que la misma es solamente para uso Académico.

6. ¿Qué medios utiliza la Asociación para establecer comunicación con los Trabajadores y Asociados?

Trabajadores _____

Asociados _____

7. ¿Cuál es la principal demanda de Información de parte de Trabajadores y Asociados?

Trabajadores _____

Asociados _____

8. ¿Quién o quiénes son responsables de mantener la comunicación con los Trabajadores y Asociados?

Trabajadores _____

Asociados _____

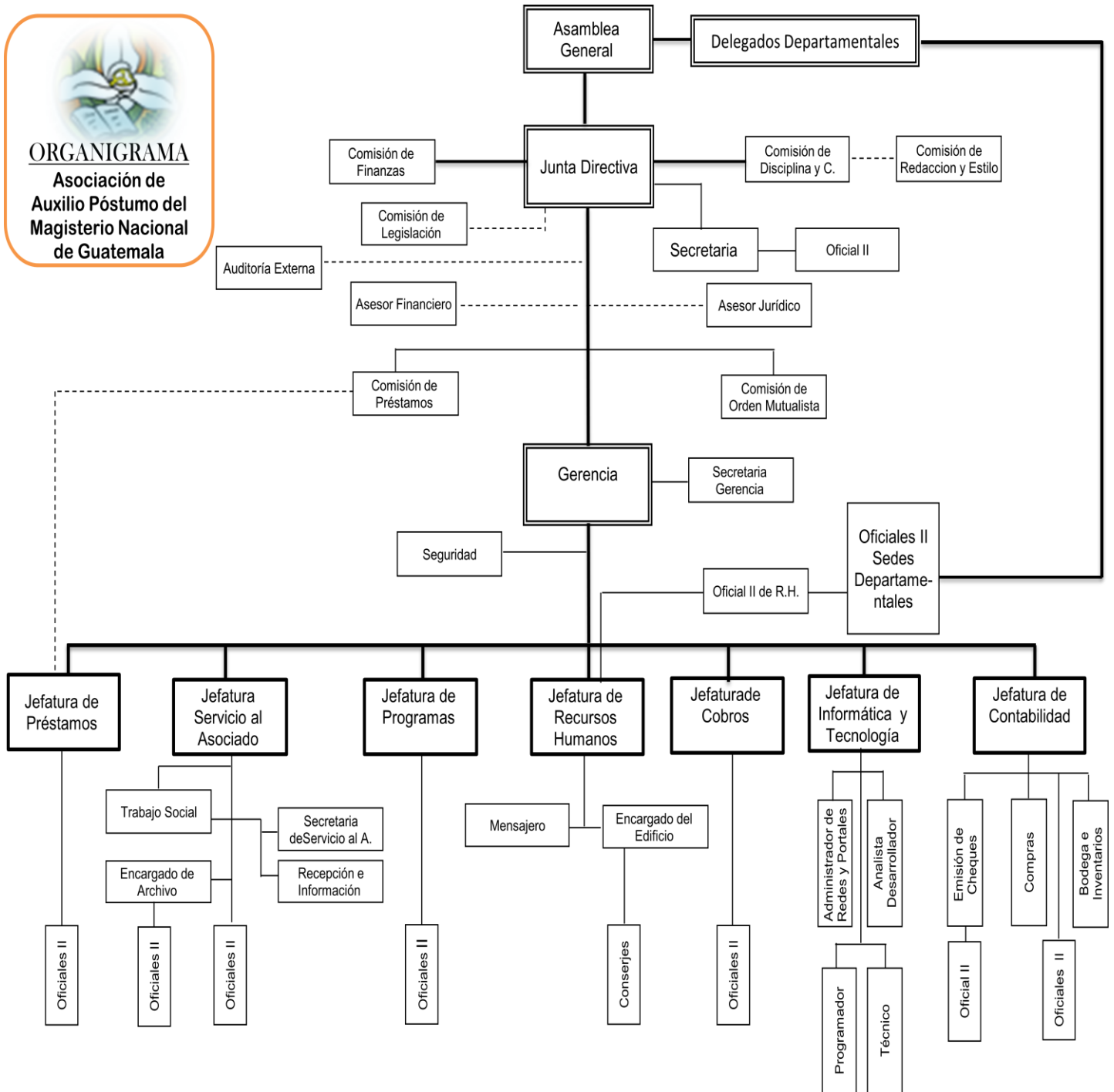
9. ¿Considera que la Asociación tiene problemas de comunicación o relaciones públicas con Trabajadores y Asociados?

Trabajadores _____

Asociados _____

10. ¿Cuál sería su propuesta para resolverlos o para mejorar la Comunicación?

ANEXO No. 4



ANEXO No. 5

