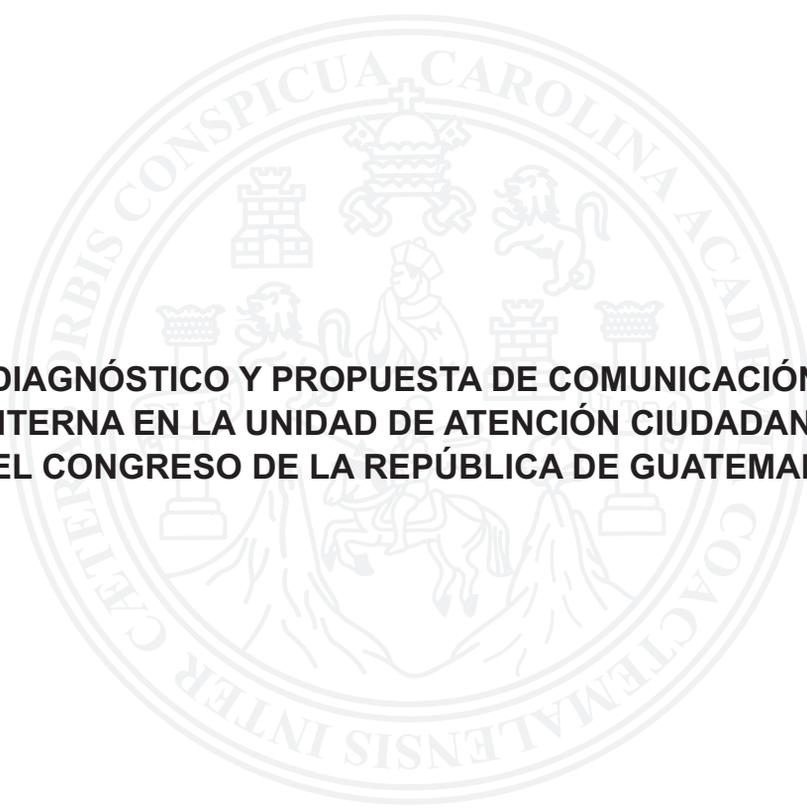


**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



**DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE COMUNICACIÓN
INTERNA EN LA UNIDAD DE ATENCIÓN CIUDADANA
DEL CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA**

KARINA ELIZABETH MENDOZA CALDERÓN

GUATEMALA, SEPTIEMBRE DE 2015

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

**"DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE COMUNICACIÓN INTERNA
EN LA UNIDAD DE ATENCIÓN CIUDADANA DEL CONGRESO
DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA"**

Tesis

Presentada al Honorable Consejo Directivo por:

Karina Elizabeth Mendoza Calderón

PREVIO A OPTAR AL TÍTULO DE

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ASESOR

M.A. Amanda Ballina Talento

Guatemala septiembre de 2015

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

DIRECTOR

Lic. Julio Sebastián

REPRESENTANTES DOCENTES

Licda. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Bran

REPRESENTANTES ESTUDIANTILES

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León

REPRESENTANTE DE EGRESADOS

Lic. Johnny Michael González Batres

SECRETARIA

M.A. Claudia Molina



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

054-15

Guatemala, 12 de marzo de 2015
Dictamen aprobación 24-15
Comisión de Tesis

Estudiante
Karina Elizabeth Mendoza Calderón
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante **Mendoza**:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el inciso 1.6 del punto 1 del acta 03-2015 de sesión celebrada el 12 de marzo de 2015 que literalmente dice:

1.6 Comisión de Tesis acuerda: A) Aprobar al (la) estudiante Karina Elizabeth Mendoza Calderón, carné 200721697, el proyecto de tesis: DIAGNOSTICO Y PROPUESTA DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA UNIDAD DE ATENCIÓN CIUDADANA DEL CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA. B) Nombrar como asesor(a) a: M.A. Amanda Ballina.

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

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

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



USAC
TRICENTENARIA
Copia: Comisión de Tesis
Universidad de San Carlos de Guatemala
AW/Eunice S.

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org



Guatemala, 29 de abril de 2015.
Comité Revisor/ NR
Ref. CT-Akmg 18-2015

Estudiante
Karina Elizabeth Mendoza Calderon
Carné 200721697
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12.

Estimado(a) estudiante **Mendoza Calderon:**

De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que esta comisión nombró al **COMITÉ REVISOR DE TESIS** para revisar y dictaminar sobre su tesis: **DIAGNOSTICO Y PROPUESTA DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA UNIDAD DE ATENCIÓN CIUDADANA DEL CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA**

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

M.A. Amanda Ballina, presidente(a).
Lic. Víctor Carillas, revisor(a).
M.A. Sergio Gatica, revisor(a).

Atentamente

ID Y ENSEÑAR A TODOS



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

Lic. Julio E. Sebastian Ch.
Lic. Julio E. Sebastian Ch.
Director ECC



Copia: comité revisor.
Larissa Melgar.
Archivo.
AM/Ingrid Dávila



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



Autorización informe final de tesis por Terna Revisora
Guatemala, de 2015

M.A.
Aracelly Mérida,
Coordinadora
Comisión de Tesis
Escuela de Ciencias de la Comunicación,
Edificio Bienestar Estudiantil, 2do. Nivel.
Ciudad Universitaria, zona 12

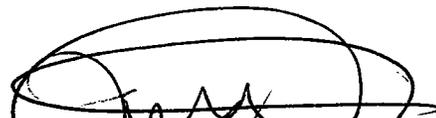
Distinguida M.A. Mérida:

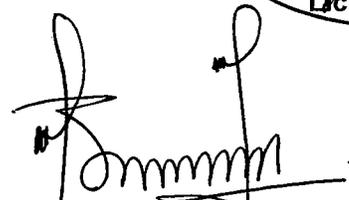
Atentamente informamos a ustedes que el estudiante: **Karina Elizabeth Mendoza Calderón**. Carné: **200721697** Ha realizado las correcciones y recomendaciones a su TESIS, cuyo título es: **"Diagnóstico y propuesta de Comunicación Interna en la Unidad de Atención Ciudadana del Congreso de la República de Guatemala"**

En virtud de lo anterior, se emite DICTAMEN FAVORABLE a efecto de que pueda continuar con el trámite correspondiente.

"Id y enseñad a todos"


Miembro Comisión Revisora
M.A. Sergio Gatica


Miembro Comisión Revisora
Lic. Víctor Carillas


Presidente Comisión Revisora
M.A. Amanda Ballina Talento

c.c. archivo



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

242-15

Guatemala, 22 de julio de 2015.
Tribunal Examinador de Tesis/N.R.
Ref. CT-Akmg- No. 44-2015

Estudiante
Karina Elizabeth Mendoza Calderón
Carné **200721697**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Mendoza**:

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título: **DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA UNIDAD DE ATENCIÓN CIUDADANA DEL CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA**, siendo ellos:

M.A. Amanda Ballina, presidente(a)
Ing. Sergio Gatica, revisor(a)
Lic. Víctor Carillas, revisor(a)
Lic. Julio Sebastián, examinador(a).
Lic. Nery Bach, examinador(a).
M.A. Donaldo Vásquez, suplente.

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

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

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS



[Handwritten Signature]
M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis

[Handwritten Signature]
Lic. Julio E. Sebastián Ch.
Director ECC



Copia: Larissa.
Archivo.
AM/Eunice S.



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org



Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

421-15

Guatemala, 23 de septiembre de 2015.

Orden de impresión/NR

Ref. CT-Akmg- No. 33-2015

Estudiante

Karina Elizabeth Mendoza Calderón

Carné **200721697**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Mendoza**:

Nos complace informarle que con base a la **autorización de informe final de tesis por asesor**, con el título: **DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA UNIDAD DE ATENCIÓN CIUDADANA DEL CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA**, se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que sean entregados un ejemplar impreso y un disco compacto en formato PDF, en la Biblioteca Central de esta universidad; tres ejemplares y dos discos compactos en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y nueve ejemplares en la Secretaría General de esta unidad académica ubicada en el 2º. nivel del Edificio M-2.

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

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS



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

Lic. Julio E. Sebastián Ch.
Lic. Julio E. Sebastián Ch.
Director ECC

Copia: archivo
AM/Eunice S.

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org

Para efectos legales, únicamente la autora es la responsable del contenido de este trabajo.

DEDICATORIA

A DIOS:

Que me dio la oportunidad de venir a este mundo para luchar cada día por mis sueños y objetivos. Quien siempre me acompaña cada momento de mi vida y me cubre con su manto celestial.

A MIS PADRES:

Luis Romeo Mendoza Pinelo: Quien me dio la vida, mis estudios y aprendí a seguir sus pasos. Es mi mejor ejemplo y seguiré el legado de su profesión y de sus enseñanzas.

Amalia Elizabeth Calderón Cruz: Mujer que dedicó su vida al hogar para enseñarnos los valores para los acontecimientos de la realidad de este mundo. Dios la tenga en su gloria ya que ahora es un ángel más que nos cuida desde el cielo. Gracias mamita Betty.

Soy afortunada de tener los padres mas maravillosos del mundo. Los amo.

A MIS HERMANOS:

Mónica Graciela: Mi hermana mayor que ha logrado obtener sus objetivos trazados en la vida y que nunca olvidaremos los momentos que nos hacen ser mas luchadoras cada día.

Luis Romeo: Quien vivirá en nuestros recuerdos como el menor de los tres y que su luz brilla en el cielo como una estrella. Que en paz descanse hermanito.

A MIS HIJOS:

Pablo Josué, Estephany Karina, y José David, que son el tesoro maspreciado que Dios me mandó, hoy les digo en esta dedicatoria sean fuertes y valientes y sobre todo estudien para alcanzar las metas profesionales. Hijos los amo con todo mi corazón.

A MI FAMILIA:

Que siempre manifestó su solidaridad en el transcurso de mi carrera.

A MIS JEFES DE TRABAJO:

Jaroslav Alburez, Mario Rolando Cabrera, quienes me apoyaron para la realización de este proyecto de tesis para mejorar los procesos de Comunicación en la Unidad de Atención Ciudadana del Congreso de la República.

A MIS AMIGOS Y AMIGAS:

Por su cariño demostrado. No escribo nombres en particular porque en realidad fueron muchos y muchas amigas los que me dieron ánimo para seguir de pie y no desmayar en el proceso de la investigación.

A MIS MENTORES:

Por su tiempo y correcciones en el transcurso del estudio realizado. Muchas gracias a mi asesora de Tesis M.A Amanda Ballina por su dedicación y paciencia. Sin su ayuda no hubiera salido tan excelente trabajo.

A mis revisores Ingeniero Sergio Gatica y Lic. Víctor Carillas y a mis examinadores Lic. Nery Bach y Lic. Julio Sebastian quienes formaron parte del tribunal, compartiendo sabiduría y paciencia en dicho proceso.

A LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN (USAC):

Por brindarme el conocimiento teórico y práctico para poner en alto el nombre de esa casa de estudios en el desempeño laboral, familiar y profesional.

A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA:

Por ser mi alma mater, y por ser la institución con un alto nivel educativo a nivel Nacional.

A GUATEMALA:

Por ser una profesional para servirle a mi país.

Índice

	Página No.
Capítulo I: Marco conceptual	
1.1 Título del proyecto	01
1.2 Antecedentes	02
1.3 Justificación del tema	03
1.4 Problema de la investigación	05
1.5 Alcances y límites	05
Capítulo II: Marco teórico	
2. Origen de la comunicación	07
2.1 Etimología de la comunicación	08
2.1.2 Elementos de la comunicación	08
2.1.3 Procesos de la comunicación	09
2.1.4 Los elementos que intervienen en un proceso de comunicación	10
2.1.5 Ciencias de la comunicación	11
2.1.6 Formas de comunicación	11
2.1.7 Tipos de comunicación	12
2.2 La comunicación interna	13
2.3 Funciones de la comunicación organizacional	14
2.4 Ejes de la comunicación organizacional interna	14
2.5 Comunicación organizacional formal	15
2.6 Comunicación organizacional informal	16
2.7 Diagnóstico	17
2.7.1 Diagnóstico comunicacional	18
2.8 Congreso de la República	18
2.8.1 Misión del Congreso de la República	19
2.8.2 Visión del Congreso de la República	20
2.8.3 Valores del Congreso de la República	20
2.8.4 Principios del Congreso de la República	21
2.8.5 Funciones Generales del Organismo Legislativo	21
2.8.6 Estructura organizativa	22

Ubicación y horario de labores	22
Unidad de Atención Ciudadana	23
Centros de Atención Ciudadana	25
Visitas Guiadas	25
Capítulo III: Marco Metodológico	
3. Tipo de investigación: Exploratoria	28
3.1 Objetivos	28
3.2 Técnicas	29
3.3 Instrumentos	30
3.4 Población y Muestra	30
Capítulo IV: Marco Administrativo	
4. Análisis final de resultados	33
4.1 Datos demográficos de los entrevistados	33
4.2 Preguntas generales	36
4.3 Pregunta a los jefes de bloque	40
4.4 Análisis FODA	50
4.5 Guía Observacional	53
Capítulo V Propuesta de Comunicación Interna	
Conclusiones	71
Recomendaciones	73
Anexos	74
Bibliografía	83
Egrafía	85

Resumen

- Nombre:** Diagnóstico y propuesta de comunicación interna en la Unidad de atención ciudadana del Congreso de la República de Guatemala.
- Autora:** Karina Elizabeth Mendoza Calderón.
- Problema investigado:** ¿Cuáles son las prácticas de comunicación interna para los diferentes proyectos de la Unidad de Atención Ciudadana del Congreso de la República de Guatemala?
- Instrumentos:**
- Fichas bibliográficas
 - Fichas de resumen
 - Entrevistas, una por cada bancada (quince)
- Procedimiento:** Se recopiló información bibliográfica y de campo, se redactó en orden ideas.
- Resultados y conclusiones:**
- El conjunto de colaboradores de la unidad se desempeña como grupo y no como equipo, con lo cual se pone en riesgo las relaciones interpersonales creando tensión en el ambiente laboral con procesos que poseen las características propias de la comunicación informal (chismes, rumores, etc).
 - El organigrama no existe, por lo cual no contempla las atribuciones de cada uno de los puestos de trabajo que ahí se desempeñan y con ello el ambiente laboral posee demasiadas cargas para algunos y escasas para otros, generando desinterés y malestar entre los colaboradores.
 - Falta de material didáctico para fortalecer las charlas a las que acuden estudiantes de todos los niveles académicos y personas de

la sociedad civil, aunque en menor porcentaje.

- El proceso de comunicación dentro de la Unidad de Atención ciudadana del Congreso de la República funciona basado en los principios de la comunicación informal lineal, es decir que no sigue canales ni procesos determinados entre iguales niveles jerárquicos, puesto que carece de una posición en el organigrama institucional.
- De acuerdo al estudio realizado, las características de los emisores del mensaje en la Unidad de atención ciudadana del Congreso de la República son: hombres y mujeres en el rango de los 20 a los 30 años con un nivel académico de tipo superior o universitario con residencia en el Departamento de Guatemala y sus municipios con una antigüedad laboral de tres años.

Introducción

La historia del Congreso de la República de Guatemala, según (Congreso de la República de Guatemala. Manual de funciones. 2009: 109) va desde la época de la colonización hasta la Revolución del 44; el Poder Legislativo se llamaba Asamblea Legislativa, en la conformación de la Constitución Política de 1945, mediante el Decreto Número 188 se modificó su nombre, en un párrafo se lee: En las leyes de disposiciones, se cambia el nombre de Asamblea Legislativa por el Congreso de la República, nombre que se conserva hasta la actualidad.

Este estudio se basa en la importancia de analizar los procesos comunicacionales que intervienen en el desenvolvimiento de las diferentes dinámicas que ahí tienen lugar, dado que este organismo representa uno de los poderes del Estado y el más representativo por estar integrado a su totalidad por diputados que han sido electos durante el democrático proceso electoral que se realiza en el país cada cuatro años.

La comunicación ocupa un espacio preferencial en la vida del hombre, puesto que de esta se ha derivado su condición como género humano y el papel preferencial que posee en la historia; avances tecnológicos, científicos e incluso el campo humanista no existirían sin el papel preponderante de los actos comunicativos.

En este estudio se pretende potencializar dichos procesos comunicativos dentro del Congreso de la República, específicamente, en la Unidad de atención Ciudadana donde acude la mayor cantidad de público externo que llega a las instalaciones centrales del Congreso a pedir información o simplemente a conocer.

Capítulo I

MARCO CONCEPTUAL

1.1 Título del proyecto

Diagnóstico y Propuesta de Comunicación Interna en la Unidad de Atención Ciudadana del Congreso de la República de Guatemala.

1.2 Antecedentes

Los registros del tesario en la Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC), de la Universidad de San Carlos de Guatemala, aportan datos de algunos estudios que han abordado esta temática conformando con ello una base bibliográfica y de consulta a nivel general de temas como este; a continuación, se detallan: Alegría (2013: 105).

- Oscar Alegría aporta estrategias integrales a una problemática más enfocada al manejo de imagen de la Institución, propiamente dicha y su objetivo es colaborar a que esta se optimice ante los ojos de sus diferentes públicos, a propuesta del autor aporta un factor diferencial, puesto que esta se dirige hacia ambos públicos (externo e interno), con ello logra agotar soluciones a problemáticas vigentes en las instituciones gubernamentales.
- También examina el proceso como tal, puesto que ya está definido, su objetivo que es describir más que diagnosticar los elementos que conforman un sano proceso de comunicación organizacional. Esta investigación pretende reconocer la problemática que enfrentan los diferentes procesos de comunicación dentro de la UAC, esto por medio de la intervención o diagnóstico, cuyos resultados a su vez permitirán estructurar una propuesta comunicativa enfocada a resolver y lograr resultados que permitan la optimización de dichos procesos aprovechando en su máxima expresión los recursos que esta institución posee para optimizar procesos internos y lograr el mejoramiento de su imagen por parte del público externo. Matute (1999:113).

Entre los aportes bibliográficos que serán consultados para el soporte de esta investigación, se proponen:

- Que la comunicación externa representa el conjunto de actividades generadoras de mensajes encaminados a crear y sostener vínculos entre la institución y su público objetivo enfocado en proyectar una imagen favorable de la misma, Morales (2008: 91).
- Detalla la creación de un departamento de comunicación para ambos públicos con énfasis a las entidades educativas, lo cual remite hacia una de las principales atribuciones de la unidad de atención al ciudadano, educar al público acerca del papel que juega el Congreso de la República en el plano de la realidad nacional. Universidad del Valle de Guatemala (2009: 113).
- Propone realizar una propuesta de comunicación basada en responder las siguientes preguntas: ¿ qué somos? ¿qué hacemos? ¿ cómo lo hacemos? y ¿cuándo lo hacemos?. Estas respuestas deben estar sustentadas con el respaldo ideológico del grupo, empresa o en este caso de la Unidad de Atención Ciudadana. Fresco (2004:150).
- Por otro lado, un informe del Ministerio de Educación, detalla las bases para la creación de la Dirección de comunicación social (DICOMS), brindando información integral para este tipo de implementaciones, recursos que fueron usados por esta cartera durante ese año en que se registra el cambio de imagen institucional, el cambio en el currículo nacional base, entre otros grandes cambios que dicha institución tuteló y que redundaron en la calidad educativa actual. Ministerio de Educación (2008: 100).

En este documento, se detalla una estrategia comunicacional que va desde la creación del comité de comunicación que se encarga de aprobar los contenidos comunicacionales que la cartera emite, hasta los canales que usará para transmitir dicha información e incluso toma en cuenta la ejecución de la estrategia y como habrá de coordinarse su ejecución.

- Zifra (2005:107) Hace énfasis en la planificación estratégica a la hora de desarrollar estrategias comunicacionales "la comunicación es una producción social, y por ello los comunicadores deben integrar las técnicas disponibles, basados en la planificación estratégica En ella se aprecian las tres bases sobre las que descansa la planificación:
 1. Determinación de los objetivos de la estrategia.
 2. Determinación de la estrategia creativa: diseña el mensaje.
 3. Determinación de la estrategia de medios por los que se difunden los mensajes." señala el autor.
- La finalidad de la comunicación externa está estrechamente relacionada con las demandas del público, estableciendo relaciones con su entorno y divide a la comunicación externa en operativa, estratégica y de notoriedad. "Se entiende la comunicación externa como un proceso que consiste en vehicular información o contenidos informativos desde la empresa u organización hacia el conjunto de la opinión pública a través de los medios de comunicación social" señala la autora. Sánchez(2006: 67).

Estas, entre otras obras de diferentes autores darán soporte bibliográfico y metodológico a esta investigación.

1.3 Justificación del tema

La Unidad de Atención Ciudadana basa sus actividades cotidianas en el servicio que brindan a las personas que visitan el edificio parlamentario brindándoles una guía física dentro del mismo para que se conduzcan con mayor seguridad; además de ello, realizando los recorridos guiados con énfasis educativo a diferentes grupos de la sociedad civil, previamente coordinados y planificados.

Dichas actividades son planificadas y ejecutadas por personal capacitado de esta institución, sin embargo quienes acuden no están lo suficientemente informados de las mismas o bien, no se posee el aprovechamiento de canales de información que aumenten la difusión de este recurso educativo para la sociedad en general y "la publicidad de boca en boca" representa la fuente de información para quienes

asisten, prestándose con ello a malas interpretaciones y rumores que se suman a una imagen institucional débil y poco favorable.

Por lo tanto es necesario, primero, diagnosticar los principales problemas y barreras que enfrentan los diferentes procesos de comunicación destinados a informar al público meta y posteriormente realizar un conjunto de propuestas basadas en las necesidades del público logrando el aprovechamiento de los medios y canales de comunicación que las tecnologías recientes brindan, aportando estrategias que permitan no solo una mayor difusión del programa de atención ciudadana, sino también una difusión veraz y estratégica que sea funcional y coadyuve a un mejoramiento en la imagen institucional.

Se estima que este trabajo de campo será de utilidad para estudiantes y sociedad en general que potencialmente visiten el edificio, así como para el grupo integrado por colaboradores del palacio legislativo, específicamente en la puesto que realizarán su trabajo en el marco de la planificación estratégica que redundará en la optimización de sus procesos internos, así como de sus resultados a la hora de la implementación.

Este estudio nace ante la necesidad de un documento como referencia de consulta que sirva de apoyo al personal de dicha institución para afianzarse de estrategias comunicacionales que brinden herramientas propias para hacer llevar los mensajes en un proceso comunicativo óptimo, basado en la planificación estratégica con propuestas que permitan brindar información al público meta, para superar carencias y debilidades que lesionan la imagen institucional.

1.4 Problema de la investigación

Hoy por hoy, la Unidad de Atención Ciudadana cuenta con personal capacitado y dinámico que tiene a su cargo la ejecución de diferentes proyectos todos encaminados a brindar información a quienes visitan el edificio de manera general, sin embargo, la información, difusión y retroalimentación de estas actividades no posee atención a detalle que requiere, puesto que carece de aspectos fundamentales propios de un sano proceso comunicacional y entre sus debilidades pueden mencionarse las diferentes barreras que interrumpen y atrofian el flujo de comunicación dentro de la Unidad de Atención Ciudadana del Congreso de la República, así como, la falta de planificación del área comunicacional en dicha institución. Por lo que resulta importante abordar la siguiente problemática:

Por tanto, este trabajo de investigación se basa en la pregunta:

¿Cuáles son las prácticas de comunicación interna para los diferentes proyectos de la Unidad de Atención Ciudadana del Congreso de la República de Guatemala?

1.5 Alcances y límites

1.5.1 Sujeto de estudio: Trabajadores, colaboradores, asesores y practicantes que se desempeñan en la Unidad de Atención Ciudadana del Congreso de la República.

1.5.2Ámbito geográfico: La Unidad de Atención Ciudadana, se localiza en las instalaciones del palacio legislativo en la 9ª. Avenida 9-44 de la zona 1, en la Ciudad de Guatemala.

Unidad de Atención Ciudadana del Congreso de la República de Guatemala.

1.5.3 Ámbito Institucional:

1.5.4 Ámbito personal:

- Empleados o colaboradores de la Unidad de Atención Ciudadana del Congreso de la República de Guatemala.
- Empleados o funcionarios del Congreso de la República de Guatemala.
- Diputados del congreso.

1.5.5 Ámbito temporal:

Este estudio contempla un periodo de tiempo que va desde Enero a Abril 2015.

Capítulo II

MARCO TEÓRICO

2. El origen de la comunicación

Desde el origen del hombre, éste ha tenido la necesidad de comunicarse y convertirse en un ser social, que no sabe vivir aislado pues es intrínseco que desarrolla y comparte significados, pensamientos y modos de vivir en un complejo intercambio de información. La historia habla de las primeras muestras de comunicación entre los hombres más antiguos de la tierra, mediante, gestos y movimientos, que fueron transformándose en signos llamados jeroglíficos que adquirieron sonidos y valores simbólicos, dando paso a la comunicación verbal. Ospina (2008: 85).

La comunicación ha sido fundamental en el desarrollo de las sociedades, puesto que después de cumplir con fines comunes establecidos por los grupos sociales a través de ella, se han difundido sentidos que le han permitido al hombre construir su identidad, su historia y así mismo compartirla y transformarla, todo ello basado en las experiencias del hombre; cita Ospina (2008: 85).

El autor, señala a la comunicación humana como el principal generador de conocimiento dentro de las sociedades, mediante la difusión de pensamientos, experiencias e ideas que son compartidas y generan el proceso de convivencia entre las sociedades; señala, Ospina (2008: 85).

De acuerdo con Turcios, nace a partir del gesto o la comunicación no verbal y luego este se convierte en parte del lenguaje pues lo hace más interesante y lo dota características propias. Por tanto, la comunicación humana es bicanal por naturaleza, es decir que se basa tanto en la voz como en los gestos coordinados que van de acuerdo en un mismo ritmo emisor. Turcios(2009: 92).

2.1 Etimología

La palabra comunicación proviene del latín “comunicatio” y éste a su vez procede del sustantivo “comunico”, cuya traducción al castellano es participar en algo común. Tanto el sustantivo comunicación, como el verbo comunicar, tiene su origen en la palabra “comunis”, raíz castellana de la palabra comunidad, la cual significa la participación o relación que se da entre individuos, según el autor Islas; (2001:110) Para comunicar se debe tener algo en común y poderlo compartir, bien sean pensamientos, ideas, sentimientos y es eso precisamente lo que el hombre hace al comunicar, compartir y por medio de ello, influenciar o causar un efecto, señala el mismo autor.

De acuerdo con la Real Academia de la lengua, la palabra comunicar posee las siguientes acepciones:

comunicar

(Del lat. *communicāre*).

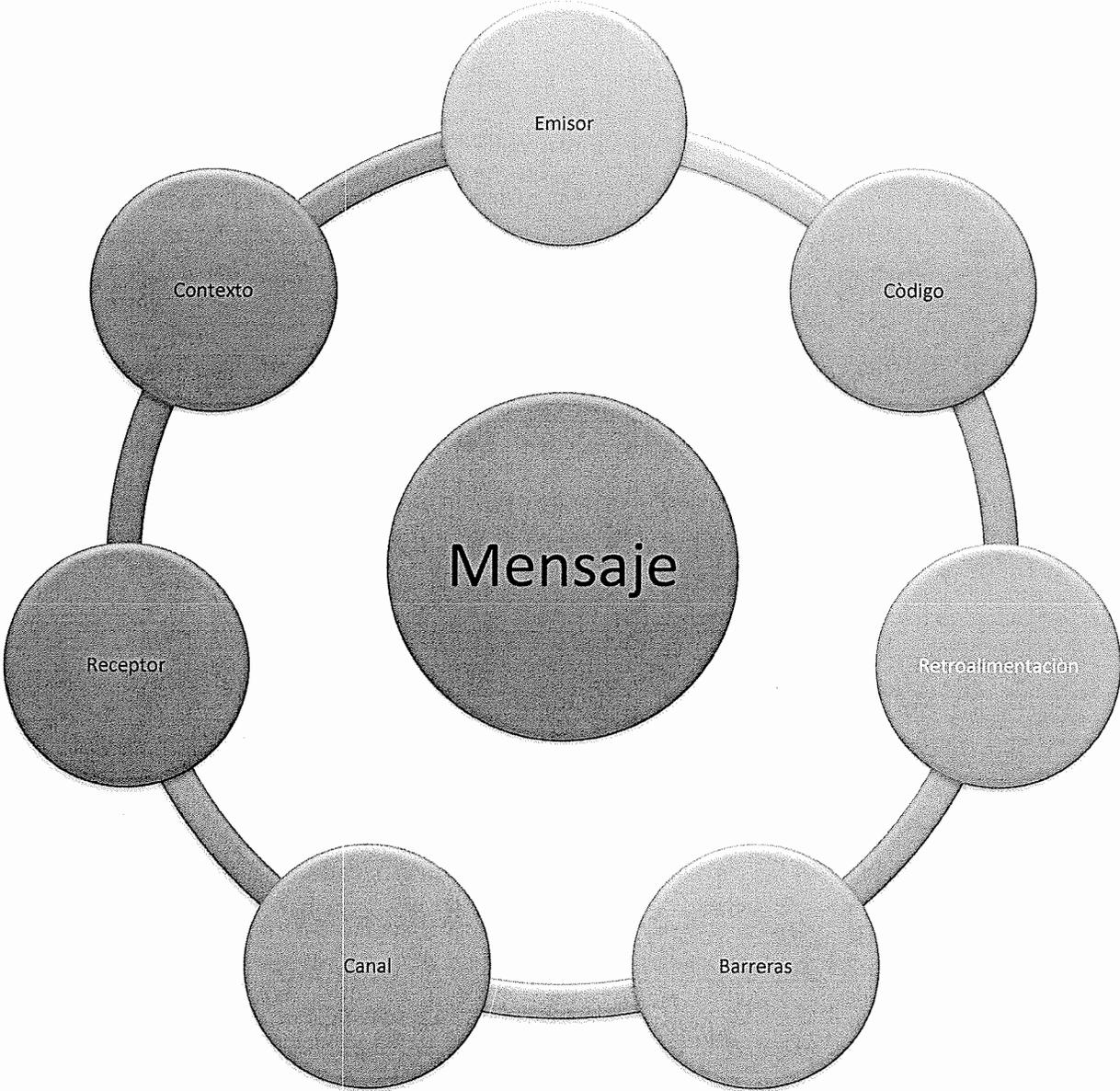
- 1.tr. Hacer a otro partícipe de lo que uno tiene.
- 2.tr. Descubrir, manifestar o hacer saber a alguien algo.
- 3.tr. Conversar, tratar con alguien de palabra o por escrito. U. t. c. prnl.
- 4.tr. Transmitir señales mediante un código común al emisor y al receptor.
- 5.tr. Establecer medios de acceso entre poblaciones o lugares. *El puente comunica los dos lados de la bahía.* U. t. c. prnl.

2.1.2 Elementos de la comunicación

A pesar de que el proceso -de comunicación es afín con la naturaleza del ser humano, este posee un proceso que ha sido estudiado con enfoque

multidisciplinario pues intervienen diferentes ciencias que van desde el proceso social, hasta el fisiológico que interviene, señala Ochoa (2010:88) entre estos:

2.1.3 Proceso de la comunicación



-Elaboración propia-

2.1.4 Los elementos que intervienen en un proceso de comunicación

Según, Ajin (2013:107).los elementos que intervienen para un sano proceso de comunicación, son:

- A. Emisor:** Sujeto que produce el acto de comunicación.
- B. Referente:** La realidad extralingüística a la que alude el mensaje comunicativo.
- C. Código:** Conjunto de signos, relacionados entre sí, y de reglas de construcción, a disposición del emisor y del receptor.
- D. Mensaje** Resultado de la codificación, portador de la información o conjunto de informaciones que se transmiten.
- E. Canal:** Medio físico por el que circula el mensaje.
- F. Receptor:** Sujeto que descodifica y recibe el mensaje.
- G. Contexto:** Conjunto de factores y circunstancias en que se produce el mensaje y que deben ser conocidas tanto por el emisor como por el receptor.
- H. Respuesta:** Conjunto de reacciones del receptor después de la exposición al mensaje.
- I. Retroalimentación:** Parte de la respuesta del receptor que es comunicada al emisor.
- J. Intención comunicativa** Se define como las intenciones o los objetivos que persigue el receptor del mensaje al estructurarlos, esta generalmente responde a proteger sus intereses.

2.1.5 Ciencias de la comunicación

De acuerdo con Ajin (2013:107). a continuación se detallan las ciencias que estudian los campos relacionados con el proceso de la comunicación y la relación entre sus elementos:

- Semiología
- Semiótica cultural
- Biosemiótica
- Zoosemiótica
- Lingüística
- Semiótica estética
- Semiología musical
- Ludosemiótica

2.1.6 Formas de comunicación

De acuerdo con Martínez (2012:58) la comunicación se divide en especialidades: la comunicación oral y la comunicación escrita.

Comunicación oral: El mensaje se transmite por medio de la palabra hablada, que se basa en los siguientes principios:

- Usa el canal auditivo, pues las palabras se perciben a través del oído.
- El emisor puede retractarse de lo que dice, coordinando ideas.
- Existe interacción, es decir que la comunicación es de doble vía.
- Utiliza soportes verbales y no verbales, es decir que es una armonía entre el lenguaje articulado como tal y el lenguaje corporal.

Comunicación escrita: El mensaje se transmite por medio de la representación gráfica de signos.

- Se percibe a través del sentido de la vista.

- Posee un mayor nivel de elaboración que la comunicación verbal.
- Existe la posibilidad de relectura para consultar el mensaje (en el caso de medios escritos, cartas, etc.).
- No hay interacción instantánea, es decir que es de una sola vía.
- Está cargado de signos.

Para ambas formas de comunicación es imprescindible que los personajes que intervienen en este proceso compartan el código y el canal, por ejemplo, saber leer y escribir o hablar el mismo idioma.

2.1.7 Tipos de comunicación

De acuerdo con Castañeda(2003: 95) que se estudian en la época contemporánea:

- **Comunicación interpersonal:** Hace referencia al proceso de comunicación que se lleva a cabo de persona a persona.
- **Comunicación intrapersonal:** Es la comunicación que se mantiene consigo mismo.
- **Organizacional:** Se dedica al estudio de los procesos de comunicación que corresponden a una empresa u organización. A su vez, posee dos especialidades, la comunicación externa, que se dedica a los procesos comunicacionales del público externo de una organización (clientes, proveedores, visitantes, etc.). Por otro lado, la comunicación interna, que se ocupa de la interacción entre colaboradores y empleados de la organización.

2.2 La comunicación interna

La comunicación interna se refiere al flujo de mensajes relacionados directamente con la misión y objetivos de la empresa, así como las funciones y tareas de los respectivos cargos de acuerdo con su grado de jerarquía y autoridad. Ajin(2013: 107.).

Según Martínez y Nosnik, citados por Ajin(2013:107). la comunicación organizacional representa usar herramientas de trabajo que permitan la integración de los individuos para que estos puedan entender su papel y así desempeñarse de acuerdo con la organización. Toda comunicación tiene un propósito, en cuanto a la comunicación interna, el propósito de enviar mensajes dentro de la organización hace referencia al por qué son enviados y a qué funciones específicas poseen estos.

Comunicación interna, se refiere al intercambio entre la gerencia de la organización y los públicos internos, es decir, empleados, colaboradores, practicantes o Epesistas. Su función es hacer del conocimiento de los empleados lo que piensa la gerencia y que la gerencia también sepa el pensamiento de los empleados, es decir que la comunicación busca ser de doble vía. Fernández(2008:104).

Este tipo de comunicación es la circulación de información descendente, ascendente y lateral, mediante reuniones presenciales o el uso de soportes analógicos o digitales, dirigida a los miembros de una organización y cuyo fin es integrar, comprometer y movilizar a las personas con los objetivos de la empresa. Fernández(2008:104).

La comunicación interna puede encontrar problemas, ya que debe ser transmitida por conducto de varios niveles de autoridad, generando barreras o interferencia para la entrega del mensaje. Fernández (2008: 104).

La comunicación es fundamental en los organismos del Estado, como en este caso, pues constituye una actividad por medio de la cual se prevé mejorar los tiempos de trabajo para maximizar recursos y potencializar sus funciones.

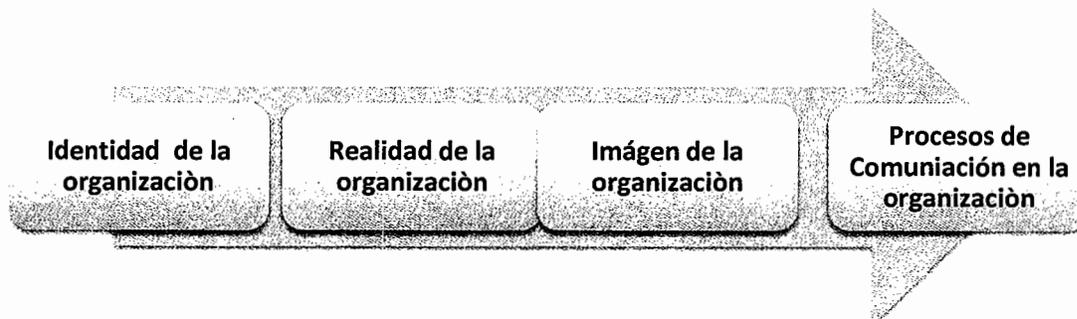
2.3 Funciones de la comunicación organizacional interna

Según, Fernández(2008:104). tales funciones pueden analizarse en dos niveles diferentes:

- ✓ En el nivel de la organización total, la comunicación puede estudiarse en términos de cuatro funciones generales: producción, mantenimiento, adaptación y dirección.
- ✓ En un nivel más específico, las funciones de la comunicación se examinan dentro de un contexto diádico (relación superior-subordinado). Las funciones específicas de la comunicación son: instrucciones de trabajo, razones fundamentales del trabajo, procedimientos organizacionales e información de carácter ideológico para inculcar un sentido de misión (adoctrinamiento de metas).

2.4 Ejes de la comunicación organizacional interna

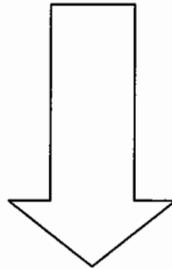
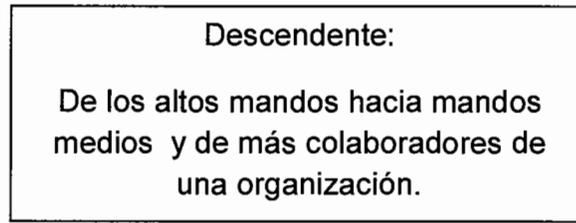
Citando a Martínez y Nosnik, explica los ejes que deben tomarse en cuenta en todo momento mientras se realizan estrategias de comunicación organizacional para público interno. Ajin (2013: 107).



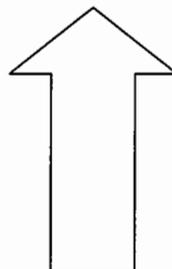
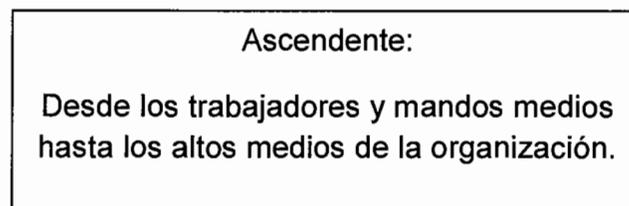
-Elaboración propia-

2.5 Comunicación organizacional formal

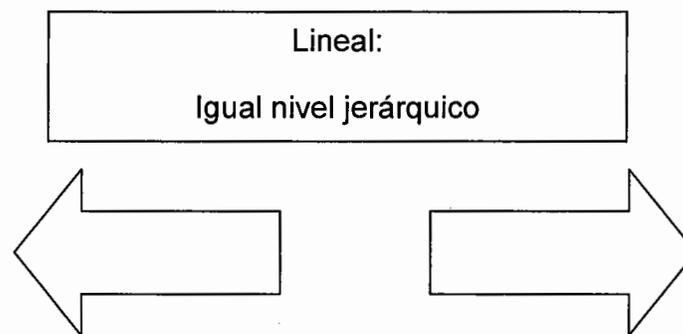
Es aquella en donde los mensajes siguen los caminos oficiales dictados por la jerarquía y especificados en el organigrama de la organización. Por regla general, estos mensajes fluyen de manera descendente, ascendente u horizontal explica Martínez y Nosnik. 2008, citado por Ajin(2013:107).



Además, señala que la comunicación ascendente es aquella que se registra cuando las personas de los niveles bajos emiten uno o más mensajes a los niveles superiores en la estructura organizacional, a través de canales formales e informales.



Mientras que en cuanto al concepto de comunicación horizontal, señala que este tipo de comunicación se desarrolla entre personas de un mismo nivel jerárquico, en donde los individuos tienen la posibilidad de comunicarse directamente entre sí, es decir que este tipo de comunicación se da entre los miembros de un mismo grupo.



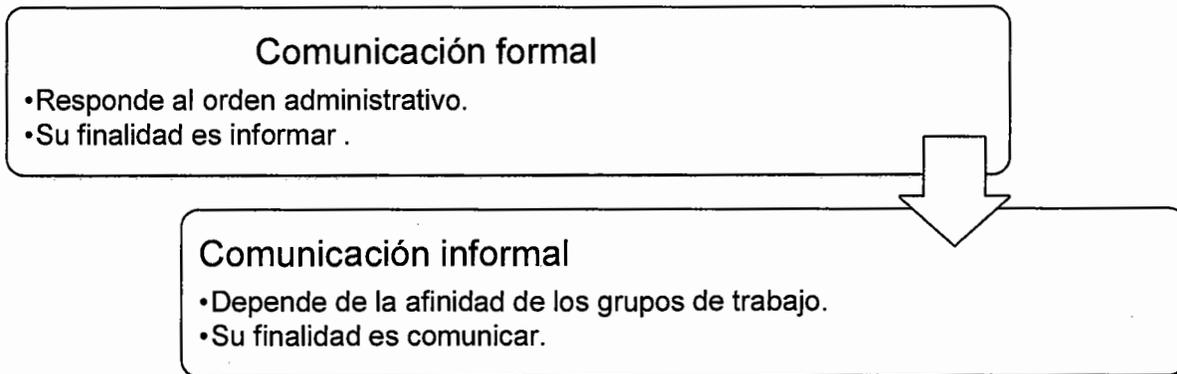
2.6 Comunicación organizacional informal

Para los autores Martínez y Nosnik .citados por Ajin (2013:107).la comunicación informal es:

- ✓ El intercambio de información entre las personas de una organización, independientemente de los puestos que ocupan en ella.
- ✓ Sin seguir canales ni procedimientos determinados formalmente.

Es decir, que esta tiene lugar en reuniones informales después de las horas de trabajo, durante los periodos de almuerzo, por vía telefónica o redes sociales y cualquier otro medio no oficial en el que los grupos se desenvuelven.

En síntesis:



-Elaboración propia-

2.7 Diagnóstico

De acuerdo con el diccionario de la real academia de la lengua Española, en su sitio en línea, define al diagnóstico como:

Diagnosticar

(De *diagnóstico*).

1.tr. Recoger y analizar datos para evaluar problemas de diversa naturaleza.

2.tr. *Med.* Determinar el carácter de una enfermedad mediante el examen de sus signos.

Palabra que proviene del griego *diagnostikós*, a su vez del prefijo *día*, “a través”, y *gnosis*, “conocimiento” o “apto para conocer”. Puede interpretarse como significado de conocer la naturaleza de una enfermedad mediante la observación de sus síntomas y signos con el fin de mejorar el cuadro.

Rodríguez (2007:77), señala:

- Permite conocer mejor la realidad, la existencia de debilidades y fortalezas, entender las relaciones entre los distintos actores sociales que se desenvuelven en un determinado medio y prever posibles reacciones dentro del sistema frente a acciones de intervención o bien cambios positivos basados en un estudio.

- Es el medio por el cual se definen los problemas.
- Permite diseñar estrategias, identificar alternativas y decidir acerca de las acciones a realizar.

2.7.1 Diagnóstico comunicacional

Es decir que el diagnóstico de comunicación es el reconocimiento de un problema y sus posibles soluciones. En el ámbito de la comunicación implica detectar las necesidades sociales de comunicación presentes en determinadas condiciones". Según, Rodríguez (2007:77), el diagnóstico de comunicación es el procedimiento que se realiza para evaluar la eficiencia de los sistemas de comunicación interna o externa de una empresa. Además, constituye el método que analiza los canales, emisores, contenidos e impacto de la comunicación en la organización.

Por lo que funciona como una auditoria a los procedimientos de comunicación, misma que sirve de base para realizar una planificación, pues arroja el conocimiento del estado actual de la comunicación en una organización. Muchas entidades no le dan importancia a este proceso porque consideran que la gente sabe comunicarse, es gracias a los estudios de campo que se evidencia que no es así. Señala Ajin; (2013: 107).

2.8 Congreso de la República

El Congreso de la República de Guatemala es uno de los tres Organismos del Estado contemplados en la Constitución Política de la República de Guatemala. A este corresponde la potestad legislativa y está conformado por diputados electos en voto universal, libre y secreto por el pueblo cada cuatro años, pudiendo ser reelectos indefinidamente. El edificio en donde se realizan sus reuniones es conocido como el Palacio Legislativo o Congreso, el cual ha sido declarado Monumento Nacional. Congreso de la República de Guatemala (2009:119) Manual de funciones.

El Acta de Independencia fue el hecho que radicalmente cambió la estructura política del Orden Monárquico al Republicano, Representativo Federal. El punto

segundo del acta dice así: "Que se proceda a elegir Diputados y representantes suyos y éstos concurrirán a esta capital a formar el Congreso (Asamblea Nacional Constituyente y Legislativo oportunamente), que deba decidir el punto de independencia y fijar en caso de acordarla, la forma de gobierno y la ley fundamental que la debe regir. Congreso de la República de Guatemala(2009:119.) Manual de funciones.

En épocas de la colonización hasta la revolución del año de 1,944, el Poder Legislativo se llamaba Asamblea Legislativa, en la conformación de la Constitución Política de 1,945, mediante el Decreto Número 188 se modificó su nombre, en un párrafo se lee: En las leyes de disposiciones, se cambia el nombre de Asamblea Legislativa por el Congreso de la República, nombre que se conserva hasta la actualidad. Señala Congreso de la República de Guatemala (2009: 119) Manual de funciones.

La Constitución Política de la República de Guatemala, otorga la potestad legislativa, de control político y representación entre otras, al Congreso de la República, el cual está integrado por diputados electos directamente por el pueblo en sufragio universal, por el sistema de lista nacional y distrital.

El Congreso de la República se encuentra actualmente prestando sus servicios en 53 comisiones de trabajo, 14 bloques legislativos con los diputados independientes, 158 diputados, 8 direcciones administrativas legalmente reconocidas.

2.9.1 Misión del Congreso de la República

Gestionar el proceso legislativo, el ejercicio de la representación y fiscalización; así como el control político, con el objeto de contribuir a consolidar el sistema democrático, base del desarrollo socioeconómico integral del país. El Congreso de la República de Guatemala constituye el órgano representativo de la nación, conforme lo establece la Constitución Política de la República y, trabaja

proactivamente en la generación de leyes de calidad, actos de representación y acciones de control político, con la finalidad de mejorar la credibilidad, legitimidad y confianza por parte de la ciudadanía. Congreso de la República de Guatemala (2009: 119.) Manual de funciones.

2.9.2 Visión del Congreso de la República

Ser la institución fundamental del sistema democrático que reúne, simboliza y lidera la representación nacional; consolidar al Congreso de la República como la institución central de representación del régimen democrático, llamado a contribuir y a consolidar el Estado de Derecho; y, cuya eficiencia institucional, sea lograda sobre la base del análisis, el diálogo y el consenso de la legislación que el país requiere para su desarrollo y gobernabilidad; así como con su labor de fiscalización y control político. Según cita Congreso de la República de Guatemala(2009. 119.) Manual de funciones.

2.9.3 Valores del Congreso de la República

Los valores del Congreso de la República son los pilares más importantes dentro de la Institución; son grandes fuerzas impulsoras del cómo hacemos nuestro trabajo, tanto de sus miembros y, especialmente de sus dirigentes, estos son:

- Honestidad
- Solidaridad
- Justicia
- Ética
- Responsabilidad

Estos para que permitan mantener una actitud adecuada para crear un ambiente agradable de confianza, respeto mutuo y de progreso. Congreso de la República de Guatemala (2009: 119.) Manual de funciones.

2.9.4 Principios del Congreso de la República

Los principios son verdades profundas. No cambian con el tiempo, han existido y existirán siempre, son válidos para cualquier persona, en cualquier lugar y en cualquier situación, son irreducibles individualmente e integrales en su conjunto; además, son prácticos y pueden ser utilizados para obtener resultados positivos y útiles para la institución. En este sentido, Congreso de la República de Guatemala(2009: 119.), cita:

- Disciplina
- Autoridad
- Unidad de dirección
- Orden e iniciativa

2.9.5 Funciones generales del organismo legislativo

De acuerdo con Congreso de la República de Guatemala (2009: 119.) el Congreso de la República es el máximo órgano de representación popular, y cumple tres funciones básicas:

- Legislativa
- De Fiscalización y Control político
- De representación

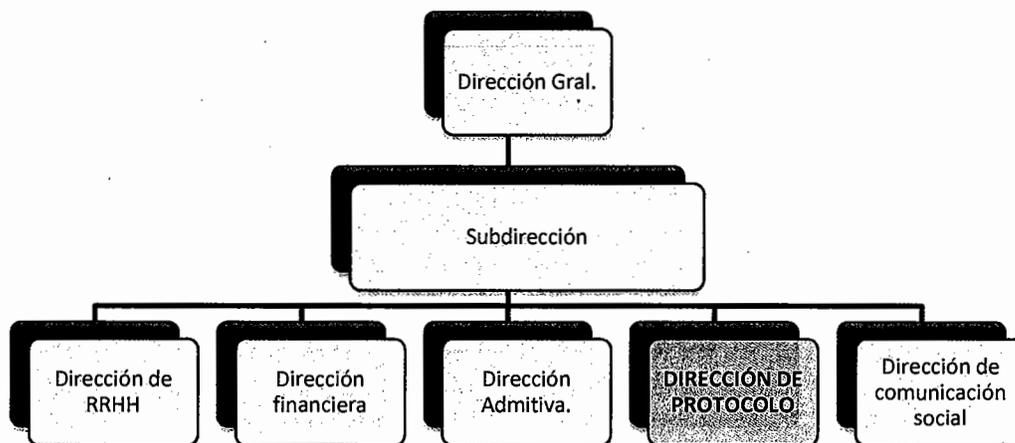
Los órganos mediante los cuales ejerce su función legislativa, de acuerdo al artículo 6 de la Ley Orgánica, son:

- Pleno,
- Junta Directiva,
- Presidencia,
- Comisión Permanente,
- La Comisión de Derechos Humanos
- Las Comisiones de Trabajo

- Las Comisiones Extraordinarias y las Específicas
- Instancia de Jefes de Bloque

2.9.6 Estructura organizativa

El Congreso de la República es el Órgano más importante de los tres poderes del Estado, ello porque en este se reúne la voz del pueblo, pues los Diputados son electos por medio del ejercicio democrático del sufragio, de conformidad con el artículo 2 de la Ley Orgánica, el Organismo Legislativo está integrado además de los diputados por el personal técnico y administrativo, por lo cual, fue necesario dividir la actividad legislativa de la administrativa, por lo tanto, la estructura organizativa quedaría representada en el Organigrama General de la siguiente forma:



Información extraída, Congreso de la República de Guatemala (2009: 119.).

2.9.7 Ubicación y horario de labores

Aportes de Congreso de la República de Guatemala (2009: 119.), indican que el edificio central del Congreso de la República, conocido como Palacio Legislativo se encuentra situado en la 9ª. Avenida 9-44 de la zona 1, en la Ciudad de Guatemala. Su horario de trabajo inicia a las 8:00 de la mañana y finaliza a las 16:30 horas. En este horario se desarrollan tanto labores administrativas y

técnicas del personal del Organismo Legislativo, como las actividades propias en las áreas de legislación, representación o fiscalización y control político; de la misma forma se reciben a funcionarios públicos y personal diplomático que viene a realizar actividades de distinta naturaleza con los parlamentarios.

El actual Congreso de la República cuenta, además del Palacio Legislativo, con un complejo de edificios que le sirven para desarrollar sus importantes labores, dentro de estos inmuebles se cuenta varios inmuebles, algunos conocidos por su antigüedad y riqueza arquitectónica como edificio de Bancadas, la Casa Larrazábal, la Casa de la Cultura, la Casona; otros son edificios relativamente modernos que albergan oficinas administrativas y oficinas de diputados. Congreso de la República de Guatemala (2009:119).

2.9.8 Unidad de atención ciudadana

Para la atención al público el Congreso de la República cuenta con una unidad de atención ciudadana que apoya en sus gestiones al público nacional y extranjero durante el mismo horario; esta misma unidad atiende a través del programa permanente de visitas guiadas a estudiantes de todos los niveles educativos desde primaria hasta la universidad y, también a turistas y visitantes extranjeros, mismas que se realizan en el edificio que abriga al Pleno, detalla, Unidad de atención ciudadana (2011:135).

Con el objetivo de promover el acercamiento con la sociedad guatemalteca y prestar un mejor servicio a la ciudadanía, el Congreso de la República de Guatemala, creó en un primer momento la Unidad de Atención Ciudadana –que posteriormente en el marco organizacional de este alto organismo del Estado, pasó a ser la Unidad de Atención Ciudadana- como una dependencia de la Dirección de Protocolo. (Unidad de atención ciudadana; 2011; Pág. 135).

A través de los años de su fundación, según Acuerdo de Junta Directiva 04-2006, del 02 de febrero del 2006, inició su funcionamiento el 22 de ese mismo mes y año, atendiendo a la fecha a más de 200 mil personas, en el marco de sus dos programas regulares: el Programa de Centros de Atención Personalizada y el

Programa permanente de visitas guiadas para establecimientos educativos, Esta unidad trabaja gracias a la iniciativa del ex presidente del Congreso Jorge Méndez Herbruger y funciona desde entonces.

Esta Unidad es parte fundamental de la política de puertas abiertas que viene impulsando el Congreso de la República, para que cada vez sean más las personas que entren en relación con sus representantes, sus comisiones de trabajo o reciban una charla sobre la conformación, organización y funcionamiento del hemiciclo.

Entre las atribuciones que esta unidad posee, menciona, Unidad de atención ciudadana (2011: 135).

- Atención ciudadana a extranjeros nacionales que llegan al edificio legislativo por indistintas razones.
- Realizar visitas guiadas de grupos a las instalaciones del hemiciclo, con énfasis histórico durante el recorrido.

Dichas funciones se han concretado en los siguientes aspectos fundamentales: primero, guiar a las personas hacia las oficinas administrativas, técnicas y de parlamentarios ubicadas en los distintos complejos de edificios que ocupa el Congreso de la República; y, segundo, el desarrollo de visitas guiadas a escuelas, institutos, colegios y universidades, así como a personas en lo individual, en donde además de hacer mención a los aspectos arquitectónicos y monumentales del Palacio Legislativo, se introduce una charla sobre qué es el Congreso de la República, cómo se conforma, cómo trabaja, cuáles son sus funciones y, por último, cómo se desarrolla el proceso de formación de la ley. Unidad de atención ciudadana (2011: 135).

Cada año, esta oficina presenta un informe que contiene un resumen de las personas atendidas por mes, para tener una visión global la que significativamente, no obstante problemas generados por plantones, huelgas y otros eventos ajenos al personal de la Unidad, presenta una imagen completa del trabajo que se ha llevado a cabo en el periodo.

La Unidad de atención ciudadana, también tiene a su cargo la elaboración de horarios, asignación de personal y la atención ciudadana propiamente dicha, se han incorporado otras labores que en el marco del trabajo se han considerado como valores agregados: apoyos a otras direcciones y unidades del Congreso de la República, en aspectos relacionados con capacitaciones a los estudiantes que realizan su práctica profesional en la institución, así como, en aspectos logísticos de atención a personalidades que visitan el Congreso, atención a reuniones de comisiones de trabajo legislativo y en algunos eventos internacionales en soporte a la Dirección de Protocolo de la cual esta unidad forma parte, así como el desarrollo de charlas para visitantes nacionales e internacionales.

2.9.9 Centros de atención ciudadana

Según registros presentados en Unidad de atención ciudadana, informe de labores, (2011: 135) en los centros de atención ciudadana para 2011, el total de visitantes que fueron atendidos asciende a 19,062 personas, de las cuales fueron guiadas a distintas dependencias del Congreso, de estas, fueron dirigidas desde el kiosco del palacio legislativo como del kiosco de casa Larrazábal. Con lo cual se evidencia la relevancia que tienen las actividades de esta área del organismo legislativo y la importancia de optimizar procesos de comunicación entre sus colaboradores.

2.9.10 Visitas guiadas

Con relación a las visitas guiadas programadas para colegios, escuelas, institutos, universidades e invitados de Diputados para el año pasado, según informáronse atendieron:

- 9,266 estudiantes de instituciones públicas y privadas.
- 143 centros educativos de todos los niveles.

- 16 grupos de estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala, tanto de la sede central como de centros regionales (Huehuetenango, Quetzaltenango y Petén).
- 6 grupos de estudiantes de la Universidad Rafael Landívar, campus central y sede regional de Quetzaltenango.
- 5 grupos de la Universidad Mariano Gálvez, incluido un grupo de la sede de Coatepeque.
- 2 grupos de la Universidad Francisco Marroquín.
- Un grupo de la Universidad del Istmo.
- 2 grupos de la República de México, uno de la Universidad Autónoma de México y al Grupo Coral Juvenil de la Ciudad de Querétaro.
- Un grupo proveniente de LatinUniversityTheology de Estados Unidos.
- 3 grupos institucionales uno de SEGEPLAN y 2 del Ministerio de la Defensa Nacional, uno de la Escuela de Inteligencia Militar y otro grupo del Estado Mayor de la Defensa Nacional.
- 3 grupos de Diputados electos correspondientes a los partidos políticos Unión del Cambio Nacional, Compromiso Renovación y Orden, y un grupo del Partido Patriota.

Cifras de acuerdo con Unidad de atención ciudadana (2011:135).

Por otra parte en actividades especiales se atendió el Circuito de Museos del Centro Histórico del cual el Mural del Pueblo forma parte, Niña, niño Diputado por un día. Es de hacer notar que a la Unidad de Atención Ciudadana se acercan grupos individuales que desean conocer el Congreso y otros grupos que vienen

fuera de programación los cuales se contabilizan globalmente y también se lleva un registro de estos. Unidad de atención ciudadana (2011:135).

Un factor que incide en la afluencia de las visitas guiadas, es el anuncio de manifestaciones frente al Congreso de la República, que provoca cancelaciones de visitas previamente programadas. No obstante lo anterior, puede notarse una ampliación en la diversidad de instituciones educativas y otros grupos que solicitan este servicio al Congreso de la República.

Capítulo III

MARCO METODOLÓGICO

3. Tipo de investigación

Para realizar esta tesis, se recurre a la investigación descriptiva y exploratoria que según, Piloña (2007:107) consiste en investigar las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre los mismos, es decir que a la hora de realizar el ejercicio observacional y de campo, este tipo de investigación coadyuva a que la interpretación de estos resultados conforme a la propuesta.

Para este estudio se contempla una tesis descriptiva realizada con la investigación de campo, basada en estimaciones obtenidas directamente de la realidad, las cuales arrojan resultados apegados a las condiciones reales para conseguir los datos por medio de entrevistas, guías observacionales y encuestas realizadas directamente entre las personas a las que dicho ejercicio atañe.

Por lo tanto, se realizará un diagnóstico basado en ejercicios exploratorios de índole observacional con el objetivo de conocer resultados fieles a la realidad del público interno de la Unidad de Atención Ciudadana del Congreso de la República.

3.1 Objetivos

3.1.1 Objetivo General:

- Realizar un diagnóstico a los procesos de comunicación interna de la Unidad de Atención Ciudadana del Congreso de la República.

3.1.2 Objetivos específicos:

- Analizar cómo funciona el proceso de comunicación dentro de la Unidad de Atención Ciudadana del Congreso de la República para solucionar sus barreras.

- Definir las características de los emisores de información de la Unidad de atención ciudadana del Congreso de la República.
- Determinar la interacción existente entre unidades de información y comunicación dentro del Congreso de la República.
- Proponer una estrategia de comunicación para la Unidad de Atención Ciudadana del Congreso de la República.

3.2 Técnicas

Según los conceptos aportados por el autor Cabezas (2010:90) se describe a la investigación con las siguientes características:

Se detallan así:

- Procesos observacionales cuyos resultados se anotarán en la guía realizada para ese propósito.
- Recopilación bibliográfica documental realizada en el archivo de ese departamento como en diferentes bibliotecas del entorno académico.
- Recopilación bibliográfica por internet para lograr acceso a consultar libros y trabajos de tesis realizados fuera de Guatemala y obtener una visión actualizada y un plano específico de tendencias comunicacionales.
- La lectura, la posterior interpretación y el análisis del texto leído.
- El resumen que resulta indispensable para extraer información delimitada.
- La encuesta, técnica que sirve de base para que la propuesta refleje soluciones a una problemática apegada a la realidad y con ello sea presentado un proyecto ejecutable y que despierte el interés y entusiasmo de la Institución y su personal.
- La entrevista, que se realizará a diferentes partes involucradas en el proceso comunicativo.

3.3 Instrumentos

Para realizar este estudio se aprovecharán los siguientes instrumentos:

- Fichas bibliográficas
- Fichas de resumen
- Entrevistas, una por cada bancada (quince)

3.4 Población y muestra

Este concepto, representa el número de elementos, no elegidos al azar, que se extraen de una población para que los resultados se apliquen a la totalidad de la misma, con la condición de que sean representativos de esta. De acuerdo con Manual de estadística(2009: 79) El tamaño de la muestra depende de tres aspectos:

- Del error o margen de imprecisión que el estudio permita.
- Del nivel de confianza que se desea imprimir en el estudio.
- Del carácter finito o infinito de la fórmula que se use para extraer dicha muestra.

En el presente estudio de investigación se ha extraído la muestra indagando a cada una de las partes que poseen un papel inherente en el proceso comunicacional de la Unidad de Atención Ciudadana del Congreso de la República.

En el programa de cómputo Indemer, especializado en administrar encuestas de mercado, esto con el objetivo de lograr que la fórmula sea usada con alto grado de precisión con solamente un software diseñado para ello puede hacerlo, mismo que arroja los siguientes resultados:

La población que se analiza en esta investigación está compuesta así:

Personal de la Unidad de Atención Ciudadana:	25
Representante de Bancada	15
Gran total	40

Margen de Error que estarías dispuesto a aceptar: (5% suele ser lo habitual)	%	Menores márgenes de Error requieren mayores muestras. ¿Qué es el <u>margen de error</u> ?
Nivel de confianza (90%, 95%, o 99%)	%	Cuanto mayor sea el nivel de confianza mayor tendrá que ser la muestra. ¿ <u>Qué es el nivel de confianza</u> ?
Tamaño del universo a encuestar:		Número de personas que componen la población a la que se desea inferir los resultados.
Nivel de heterogeneidad (Suele ser 50%)	%	El nivel de heterogeneidad es lo diverso que sea el universo. Lo habitual suele ser 50%
El tamaño muestral recomendado es:	40	

Es decir, que se realizará un muestreo probabilístico de 45 encuestas de las cuales se espera tomar en cuenta 40, como sugiere la calculadora muestral, basada en la siguiente fórmula para poblaciones finitas (menos de 100 mil personas como universo, según señala Manual de estadística, (2009: 79).

3.4.1 Error muestral

Manual de estadística. (2009: 79) lo define como el error o la imprecisión que puede existir dentro de la muestra, por ejemplo: el error muestral, en el caso de un censo, cero, puesto que se investiga a toda la población o universo.

En este estudio se ha tomado en cuenta un 5% de la muestra destinado a error muestral, como es el caso en los estudios estándar, según aportes de Manual de estadística (2009: 79).

3.4.2 Error no muestral

De acuerdo a Manual de estadística(2009: 79) es el error que se da por otras variables diferentes al hecho de que exista un error propio de la muestra. Tales como: error en el levantamiento de datos, error de marco o

selección muestral, error en la formulación de las preguntas, falsificación de respuestas, entre otros. También se ha tomado en cuenta un margen de error no muestral de 5%, mismo porcentaje que se prevee para estudios en un aspecto general.

El margen de error o imprecisión promedio en un estudio de investigación es de +/- 5%, y depende directamente del tamaño de la muestra. El máximo normalmente aceptado es de 10%, señala, Manual de estadística (2009: 79).

3.4.3 Confiabilidad

“Es el grado de certeza del estudio, propiamente dicho, es decir, si los resultados son o no representativos de la población en estudio; por ejemplo: el porcentaje más común es de 95% de confianza, lo cual indica que si investigamos 100 muestras iguales, un 95% de ellas nos brindarían resultados similares a los obtenidos, con una desviación estándar previamente determinada”. Manual de estadística (2009: 79).

3.4.4 Otros datos

Adicionalmente se han realizado 15 encuestas a diferentes jefes de bloque para obtener su opinión respecto a la atención que reciben de los colaboradores de la Unidad de atención ciudadana del Congreso de la República.

Capítulo IV

Análisis final de resultados

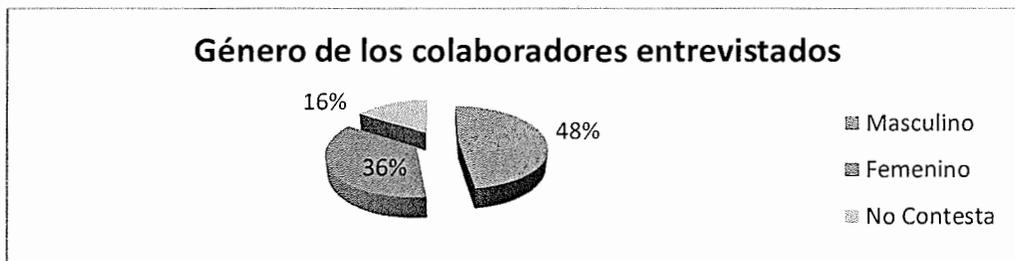
4.1 Serie I: Datos demográficos

4.1.1 Género de los entrevistados

Gráfica No. 1

De acuerdo al género de los entrevistados, se sabe que el 48% de estos son hombres, mientras el 36% son mujeres.

Los datos demográficos sirven para definir al grupo objetivo al que va dirigida esta propuesta y las estrategias que contiene.

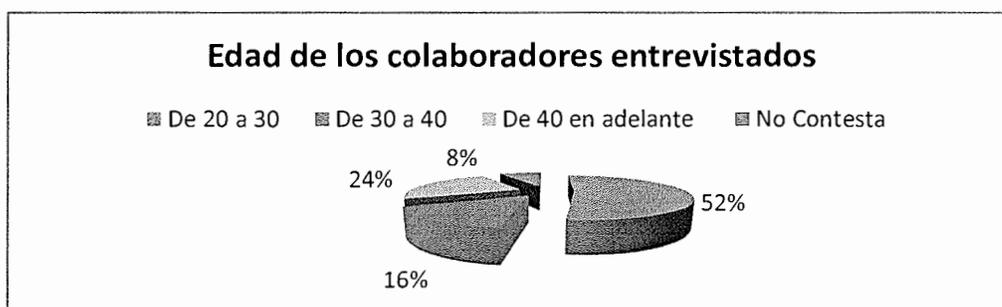


-Elaboración propia-

4.1.2 Edad de los colaboradores entrevistados

Gráfica No. 2

De acuerdo con el trabajo de campo realizado se sabe que el 52% de los entrevistados está en el rango de los 20 a los 30 años, mientras que el 16% de ellos poseen un rango de edad de 30 a 40 años y el 24% de 40 años en adelante.

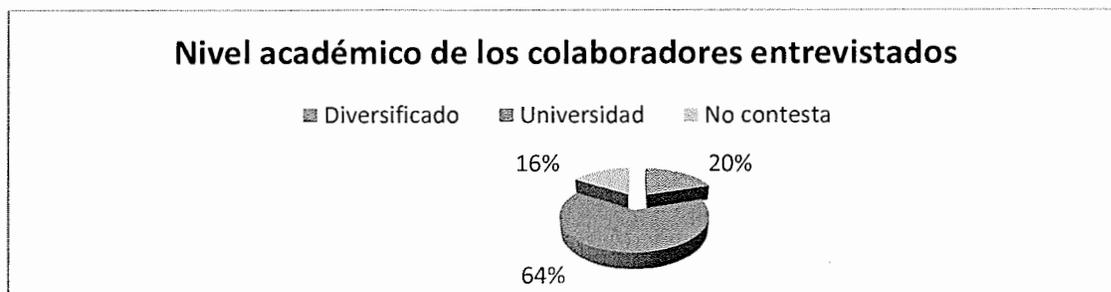


-Elaboración propia-

4.1.3 Nivel académico de los colaboradores

Gráfica No. 3

De acuerdo al estudio realizado, los colaboradores poseen un nivel académico en su mayoría a grados universitarios, pues este abarca el 64% de sus respuestas, mientras que el 20% de ellos alcanzó únicamente la educación diversificada, contra un 16% que no contestó la interrogante.

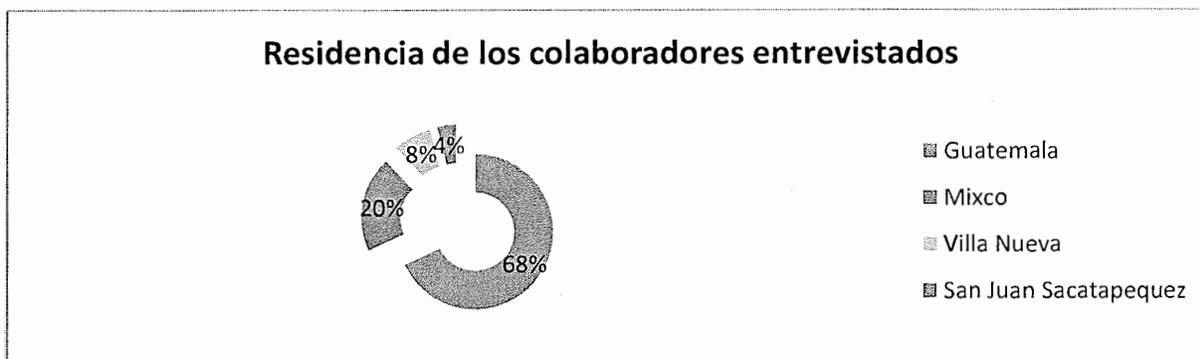


-Elaboración propia-

4.1.4 Residencia de los colaboradores

Gráfico No. 4

Se determina que el 68% de los entrevistados reside en las zonas periféricas a la ciudad capital, así el 20% vive en el municipio de Mixco, el 8% en Villa Nueva y el 4% en San Juan Sacatepéquez.

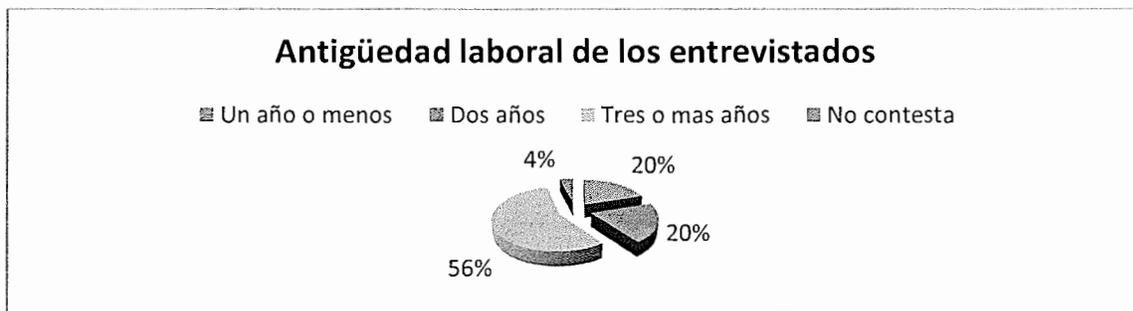


-Elaboración propia-

4.1.5 Antigüedad laboral de los entrevistados

Gráfico No. 5

Con relación a la antigüedad laboral de los entrevistados, se sabe que el 56% de ellos se ha desempeñado en el Congreso de la República de Guatemala durante tres años o más, el 20% lo ha hecho durante dos años, y en igual porcentaje quienes han servido a este patrono durante un año, el 4% de la muestra únicamente, no respondió la interrogante.

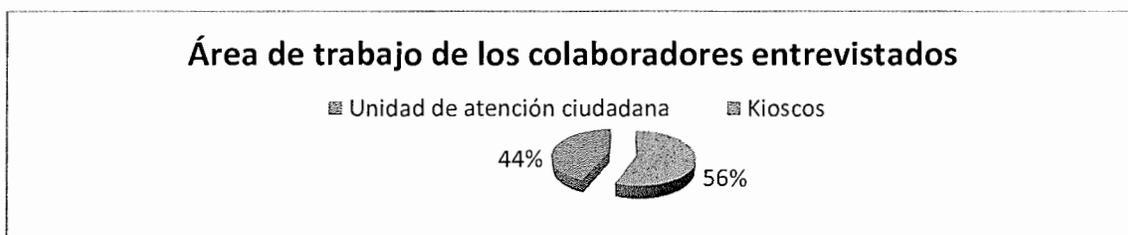


-Elaboración propia-

4.1.6 Área de trabajo de los entrevistados

Gráfica No 6

La Unidad de atención ciudadana divide sus actividades en dos enfoques de servicio: la unidad de atención ciudadana por medio de visitas guiadas y los kioscos de atención ciudadana para quienes acuden al Congreso de la república; así, el 56% de los entrevistados se desempeñan en los kioscos de atención, mientras que el 44% de los colaboradores se desempeñan en la Unidad de atención ciudadana.



-Elaboración propia-

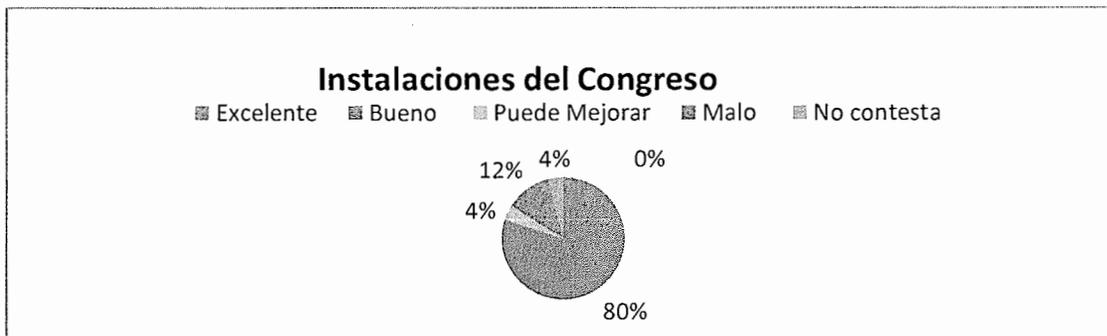
4.2 SERIE II: Preguntas generales a los colaboradores entrevistados

4.2.1 Calidad de las instalaciones del Congreso

Gráfica No. 7

Según los entrevistados las instalaciones del edificio que actualmente ocupa el Congreso de la República están en buenas condiciones para el 80% de ellos, el lugar que está ubicado en el centro histórico de la ciudad capital posee buenas condiciones para su desempeño puesto que intervienen factores que van desde su arquitectura histórica, hasta que este tiene sus servicios básicos en muy buen estado, cuenta con luz natural, áreas de ventilación natural que hacen cómodo el desarrollo de sus atribuciones diarias.

Solamente el 12% expresa que las instalaciones están en malas condiciones, puesto que no representan una mayoría significativa.



-Elaboración propia-

4.2.2 Visitas realizadas a kioscos de información, según los colaboradores

Gráfico No. 8

De acuerdo al estudio realizado, según los colaboradores de la Unidad de atención ciudadana del Congreso de la República, la afluencia de personas que utilizan los servicios de los kioscos de información, asisten a las visitas guiadas es buena, afirma el 64% de los indagados, mientras que el 20% afirma que puede mejorar, entre el 4% que afirma que esta es mala.

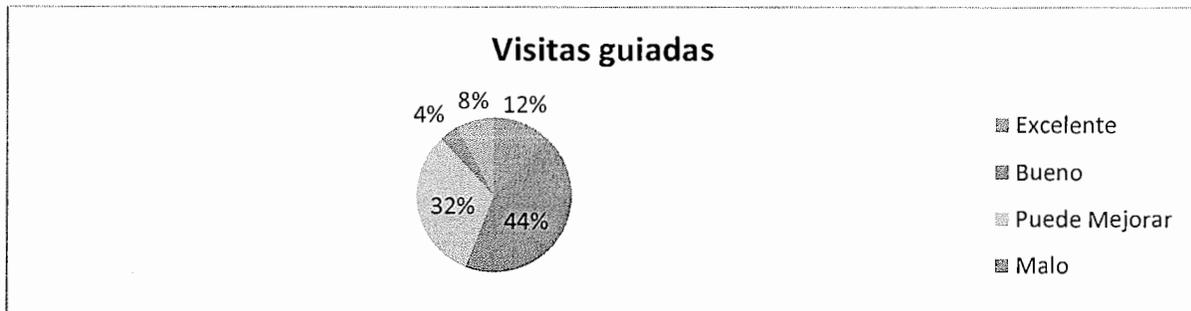


-Elaboración propia-

4.2.3 Visitas guiadas, según los colaboradores

Gráfica No. 9

Según la opinión de los colaboradores entrevistados, el 44% de ellos opina que la afluencia de grupos de personas que asisten a las visitas guiadas excelente en el 14% de los entrevistados, buena en el 44% de las opiniones, entre el 32% que opina que esta puede mejorar.

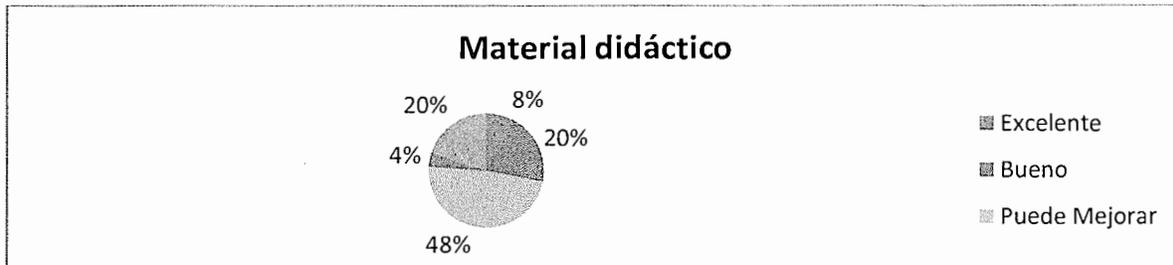


-Elaboración propia-

4.2.4 Material didáctico para las charlas en visitas guiadas

Gráfica No. 10

De acuerdo con las respuestas otorgadas por los colaboradores de la Unidad de Atención Ciudadana del Congreso de la República, el 48% de ellos considera que el material didáctico que poseen como apoyo para la realización de las visitas guiadas puede mejorar, mientras que el 20% opinan que es bueno y otra cantidad igual no contesta la interrogante.

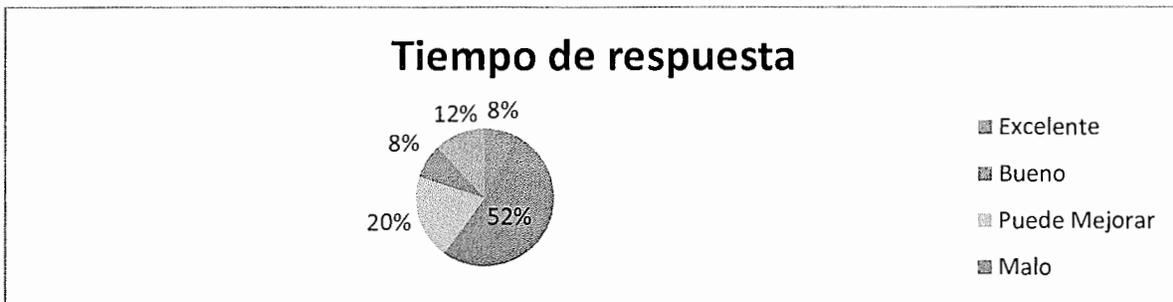


-Elaboración propia-

4.2.5 Tiempo de respuesta de los altos mandos

Gráfica No. 11

Según los colaboradores indagados, el tiempo de respuesta de los altos mandos hacia las diferentes solicitudes de estos es en el 52% de las opiniones bueno, y en el 20% este puede mejorar, en cuanto al servicio de la atención del ciudadano en kioscos y charlas, sin embargo solo 8% señala que es malo.

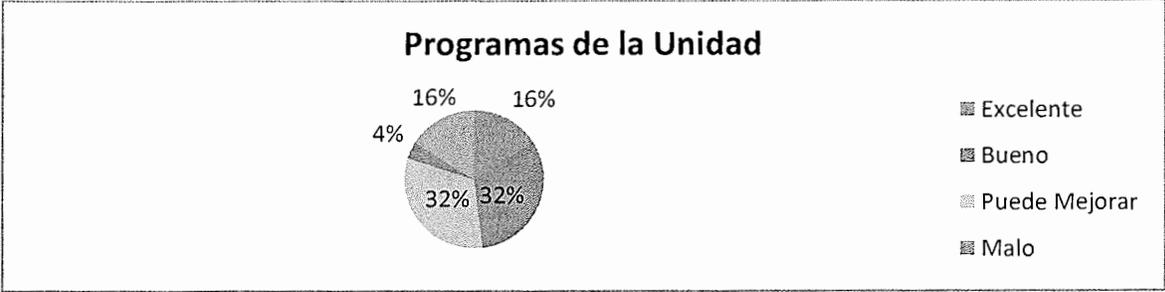


-Elaboración propia-

4.2.6 Programas de la Unidad de atención ciudadana

Gráfica No. 12

Los colaboradores de la Unidad de atención ciudadana, señalan que el 32% de los programas que realiza la Unidad de atención ciudadana son buenos, contra otro 32% de los entrevistados que opinan que los programas pueden mejorar.

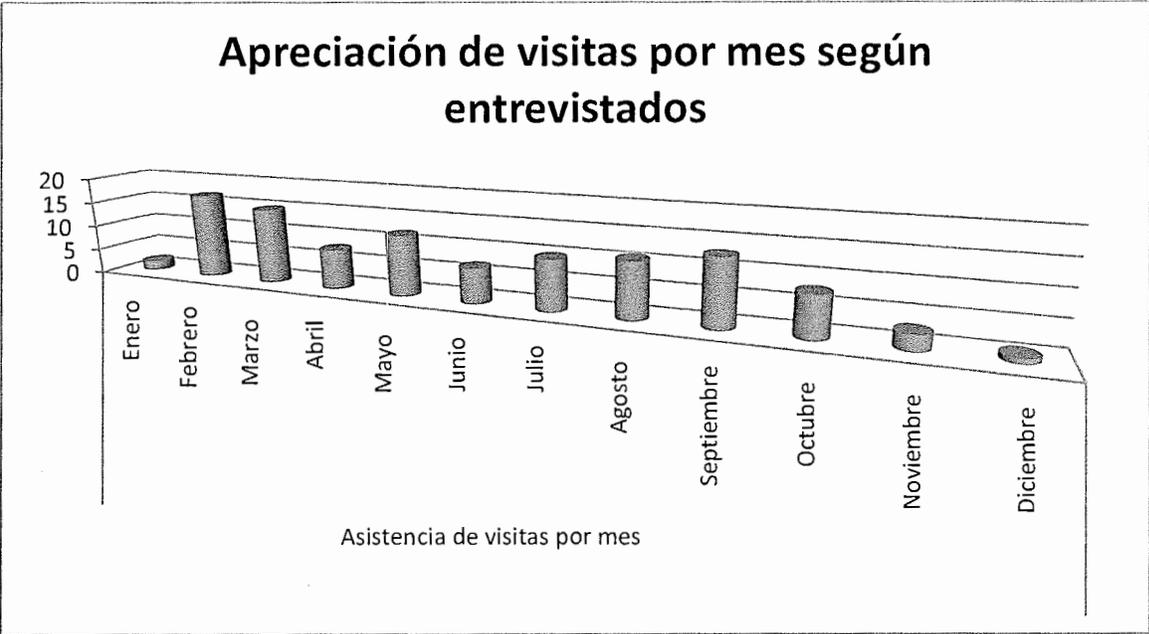


-Elaboración propia-

4.2.7 Apreciación de visitas por mes

Gráfica No. 13

De acuerdo con las apreciaciones de los entrevistados, los meses con mayor afluencia de grupos para visitas guiadas, se detallan así:

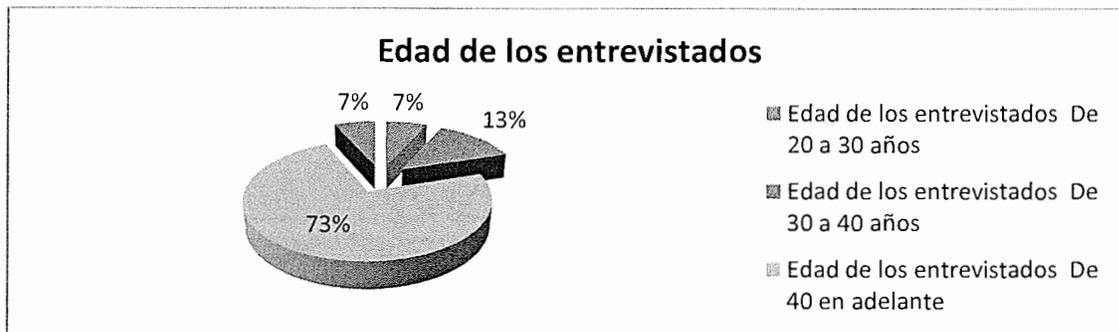


-Elaboración propia-

4.3 SERIE III: Preguntas a los jefes de bloque; datos demográficos

4.3.1 Edad de los entrevistados

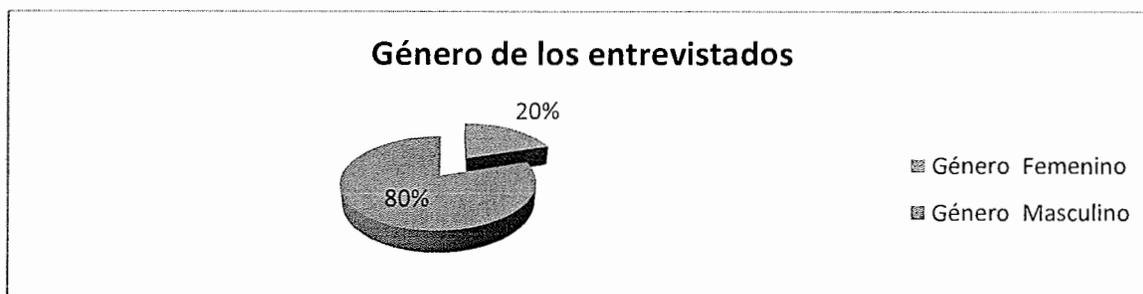
Gráfica No. 14



-Elaboración propia-

4.3.2 Género de los entrevistados

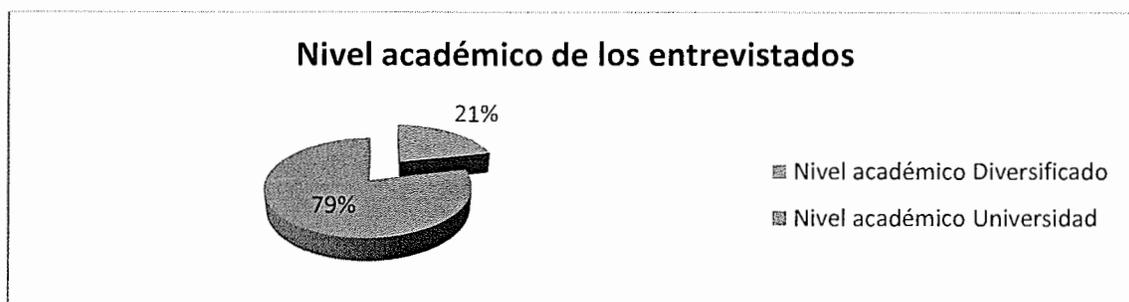
Gráfica No. 15



-Elaboración propia-

4.3.3 Nivel académico de los entrevistados

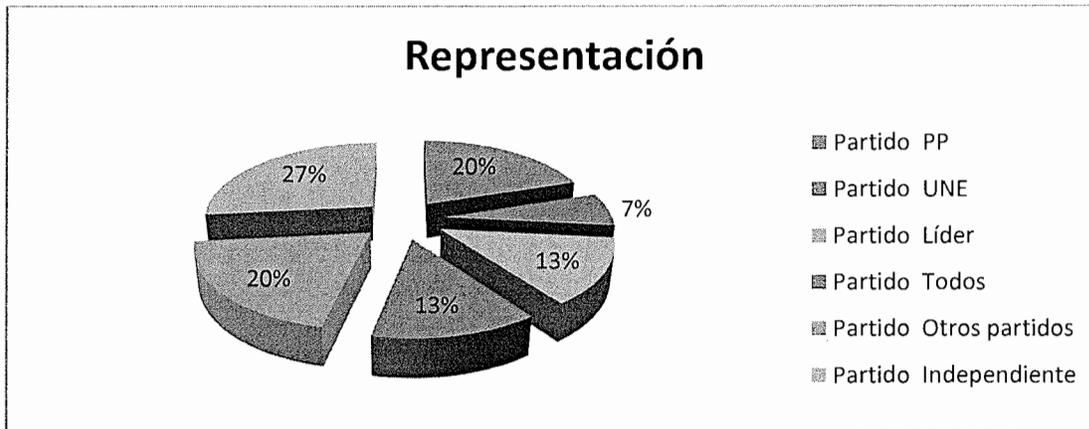
Gráfica No. 16



-Elaboración propia-

4.3.4 Representación de los bloques

Gráfica No. 17

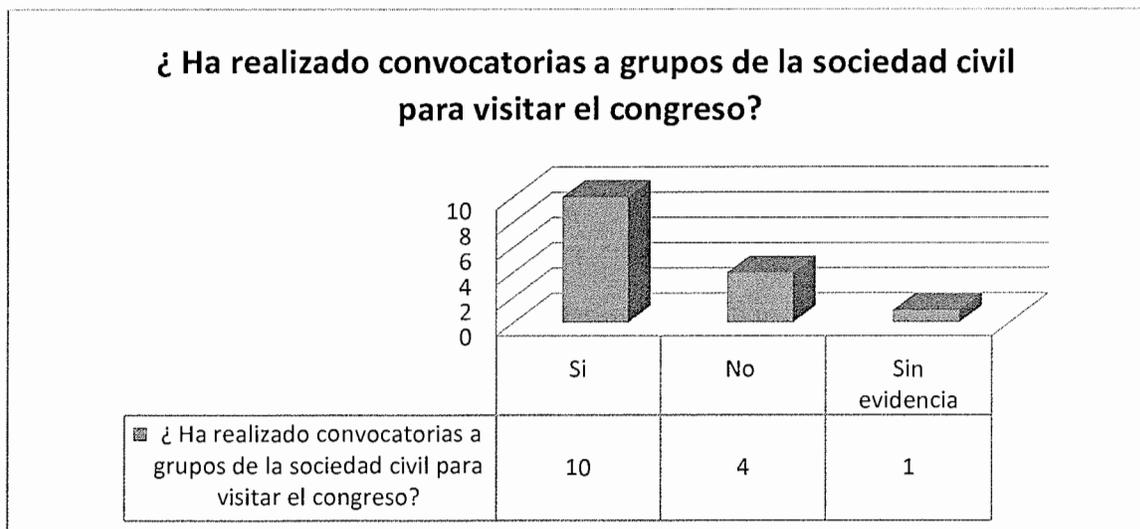


-Elaboración propia-

4.3.5 Preguntas generales a los jefes de bloque

Gráfica No. 18

De acuerdo al trabajo de campo, los Diputados jefes de bloque expresan que la mayoría de ellos en la muestra, han realizado convocatorias a grupos para visitar las instalaciones del Congreso de la República por medio de las visitas guiadas.

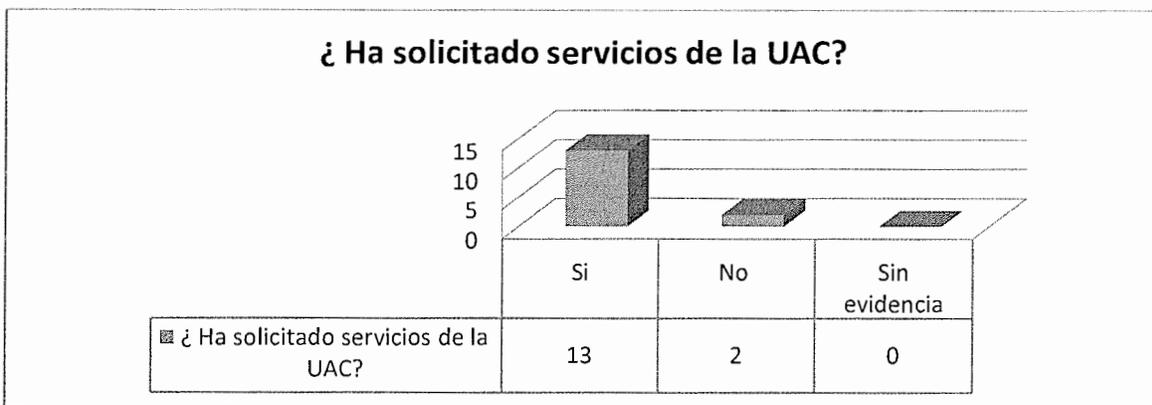


-Elaboración propia-

4.3.6 Servicios solicitados por los jefes de bloque

Gráfica No. 19

De acuerdo a lo aportado por los jefes de bloque se sabe que estos han solicitado los servicios de la Unidad de Atención ciudadana en 90%, con lo cual se evidencia la trascendencia que tiene esta unidad para el Congreso de la República.



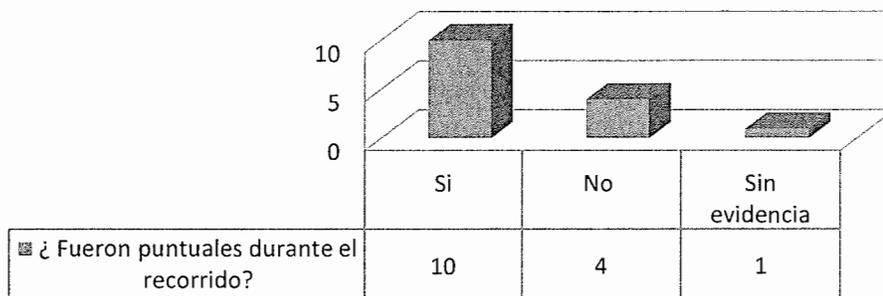
-Elaboración propia-

4.3.7 Detalles de su experiencia como usuario de los servicios de la Unidad de atención ciudadana

Gráfica No. 20

De acuerdo a lo expresado por los jefes de bloque, los recorridos que realiza la unidad de atención ciudadana son puntuales en tiempo y lugar para realizarlos, es decir que las charlas se realizan basadas en un contenido integral y a pesar de ello, se respetan los tiempos en que estas se han planificado, es decir 45 minutos en donde se hace un breve repaso por la historia de la institución y se refuerza la imagen positiva de esta.

¿ Fueron puntuales durante el recorrido?



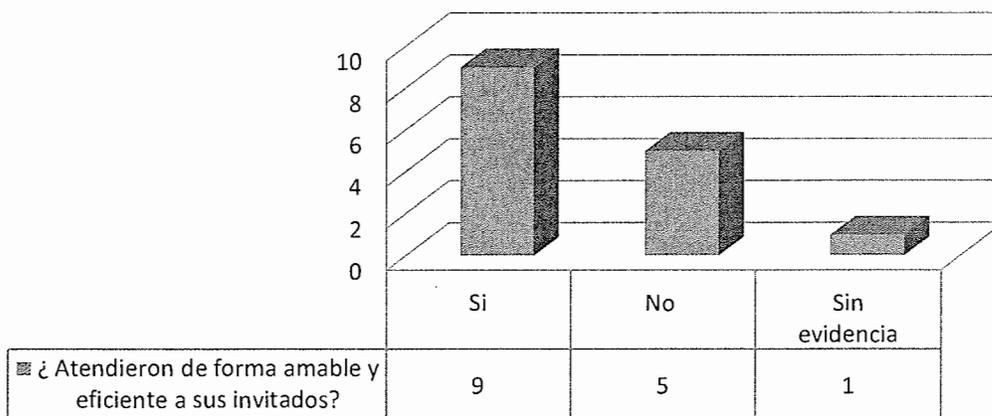
-Elaboración propia-

4.3.8 Cordialidad en el servicio prestado por la Unidad de atención ciudadana

Gráfico No. 21

Según lo expresado en el estudio de campo, el personal de la Unidad de atención ciudadana del Congreso de la República, presta sus servicios de manera amable y responsable, atendiendo a los invitados a esta institución con tolerancia e imparcialmente en el marco de la pluralidad.

¿ Atendieron de forma amable y eficiente a sus invitados?

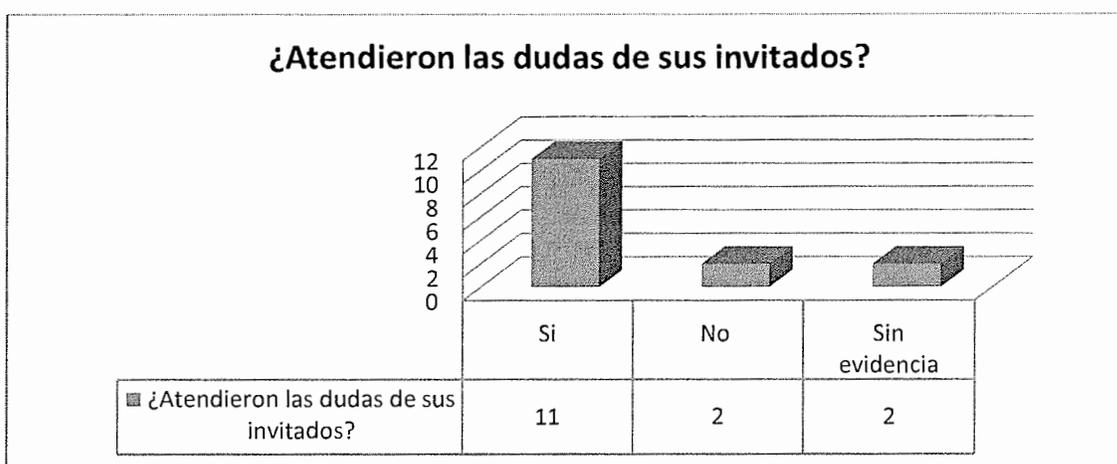


-Elaboración propia-

4.3.9 Otras atenciones en el servicio que prestan los colaboradores de la Unidad de atención ciudadana

Gráfica No. 22

De acuerdo con los jefes de bloque indagados en esta muestra, la atención que los colaboradores de la Unidad de atención ciudadana brindan a los grupos de personas que atienden durante las visitas guiadas, incluye la resolución de dudas durante y al finalizar las charlas.



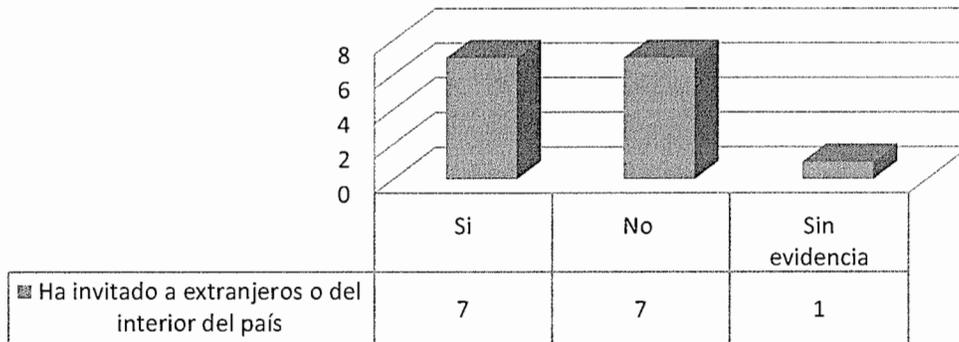
-Elaboración propia-

4.3.10 Otros aspectos de servicio

Gráfica No. 23

Otros aspectos en la atención brindada por los colaboradores incluyen el idioma nacional o extranjero en que las charlas son verbalizadas, por esto se toma en cuenta el lugar de procedencia de los visitantes, bien sea desde el extranjero o desde el interior del país y predomina la postura de los jefes de bloque que invitan a personas de diferentes municipios, departamentos e incluso aldeas a las que ellos representan ante el Pleno

Ha invitado a extranjeros o del interior del país



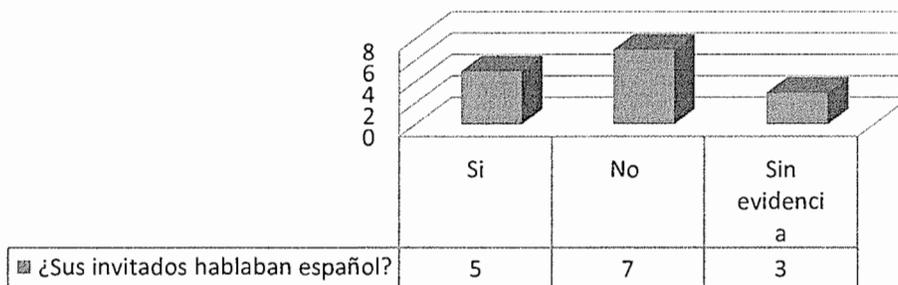
-Elaboración propia-

4.3.11 Lenguaje utilizado

Gráfica No. 23

De acuerdo con lo expresado por los jefes de bloque, suelen invitar personas que llegan desde el interior del país y por lo tanto, estos no han sido atendidos en el idioma que comprenden como lengua materna y en el caso de los invitados que vienen desde otros países que no corresponden al habla hispana.

¿Sus invitados hablaban español?

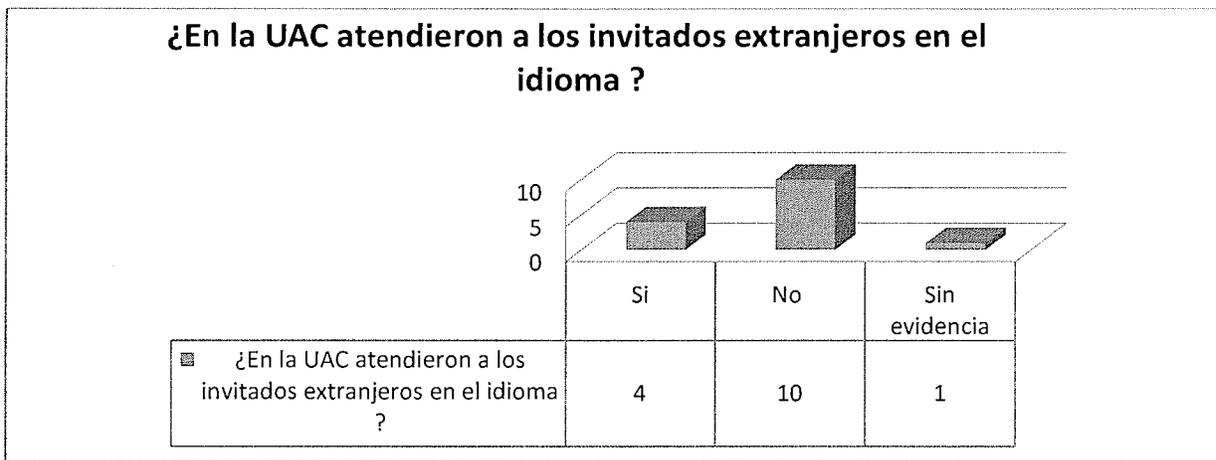


-Elaboración propia-

4.3.12 Lenguaje empleado durante las charlas

Gráfica No. 24

Emplear el idioma adecuado para dirigir el mensaje al grupo meta, es sin duda básico dentro de un sano proceso de comunicación, sin embargo, durante el ejercicio muestral se sabe que en la mayor parte de los casos los asistentes no fueron atendidos en su idioma, específicamente, en el idioma inglés que de cierta manera unifica los idiomas del mundo superando barreras de comunicación.

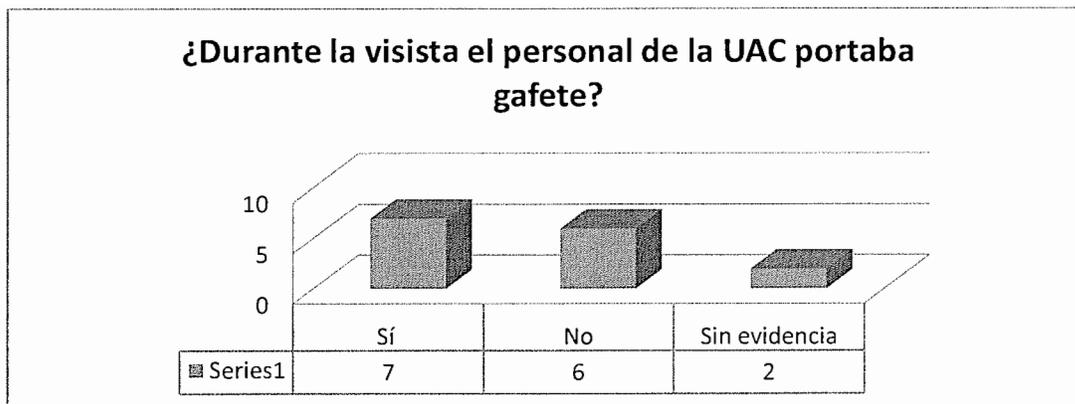


-Elaboración propia-

4.3.13 Otros detalles de la visita

Gráfica No. 25

La imagen institucional representa un importante recurso de comunicación, en la siguiente gráfica se evidencia que el personal de la Unidad de atención ciudadana, conscientes de ello portan su gafete que los identifica como colaboradores de esta institución al servicio de los visitantes.

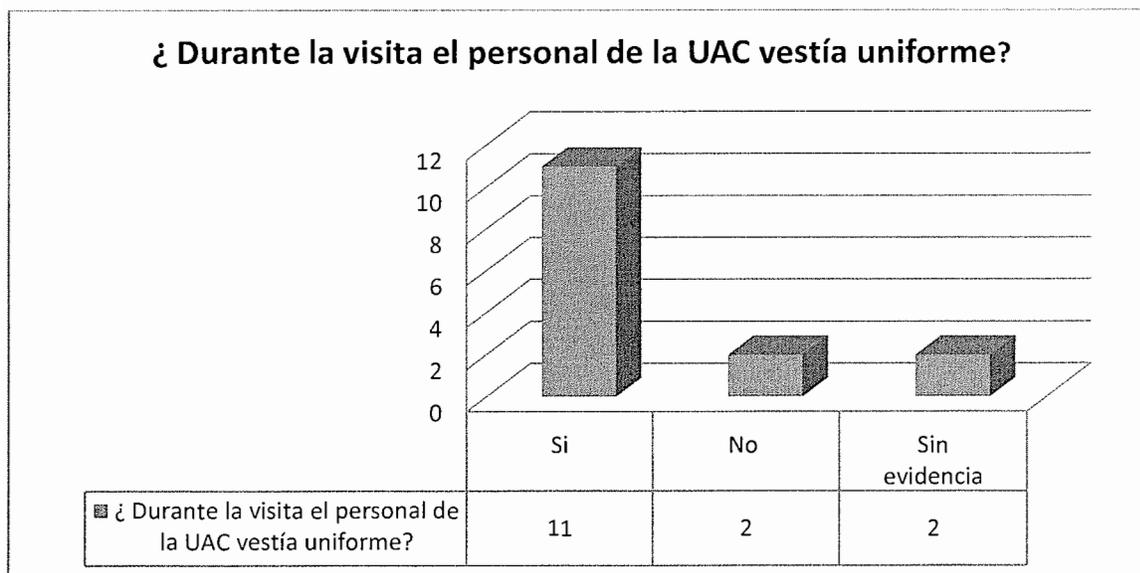


-Elaboración propia-

4.3.14 Otros detalles de la visita

Gráfica No. 25

Siguiendo con los datos relevantes para la imagen institucional, se comprobó por medio de la encuesta que los colaboradores de la Unidad de atención ciudadana portan uniforme de la institución, con lo cual se identifican como servidores de la misma.

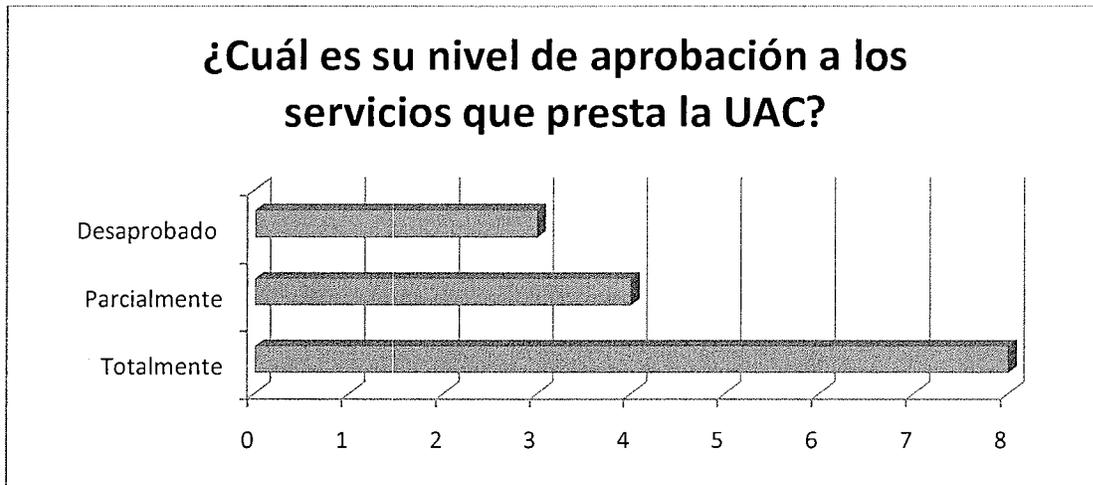


-Elaboración propia-

4.4 SERIE III: Apreciación general de la visita

Gráfica No. 26

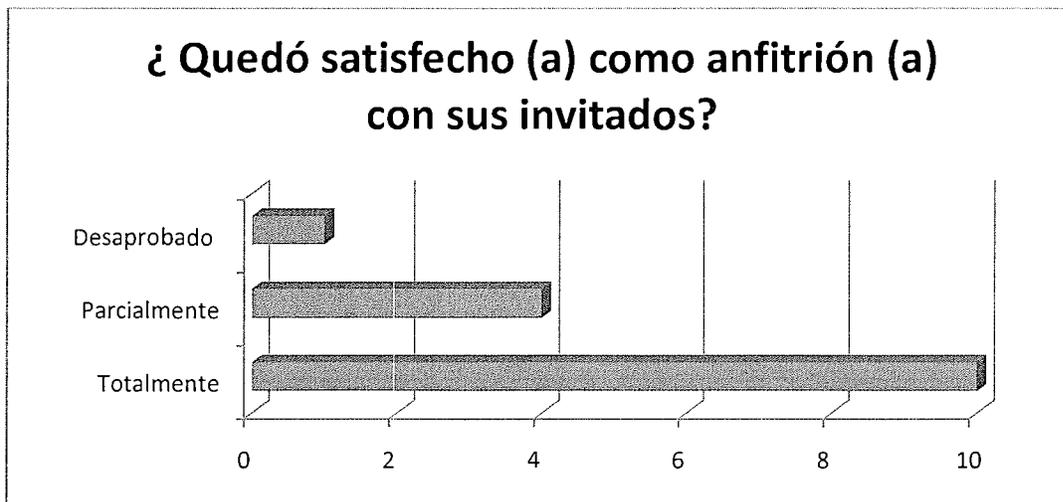
De acuerdo a los resultados arrojados en esta gráfica, los servicios de la Unidad de atención ciudadana son aprobados por los jefes de bloque que han sido indagados.



-Elaboración propia-

Gráfica No. 27

Totalmente satisfechos, se pronuncian los usuarios de los servicios de la Unidad de atención ciudadana, en un aspecto general.



-Elaboración propia-

Gráfica No. 28

El servicio que prestan los colaboradores de la Unidad de Atención ciudadana del Congreso de la República es bueno a medida que los usuarios de dichas atenciones han expresado en este estudio que volverían a invitar grupos de personas para que asistan a las charlas dirigidas por esta eficiente unidad.



-Elaboración propia-

4.5 Análisis FODA

Análisis de origen externo de aspectos que frustran los objetivos de la Unidad de atención ciudadana del Congreso de la República.



Elaboración propia

Fuente Archila(2010: 61).

Fortalezas

- Los colaboradores están académicamente preparados para enfrentar los cambios comunicacionales al presentar esta propuesta.
- El grupo de trabajo ya está conformado, con lo cual solo se debe reforzar el trabajo en equipo.
- Las condiciones laborales entre patrono y empleado no poseen objeción por parte de los colaboradores de la Unidad de atención ciudadana, puesto que poseen sus prestaciones como señala el código de trabajo.

Oportunidades

- Los colaboradores de la Unidad están en disposición y ánimo para recibir capacitaciones.
- Debido a su antigüedad laboral, el personal que se desempeña en la Unidad de atención ciudadana del Congreso de la República tiene conocimiento sólido de los procesos internos, historia de la institución del entorno político y legislativo.
- El número de personas que actualmente se desempeñan en la unidad es un grupo conformado por varias personas, un grupo diverso y con ánimo por aprender nuevas experiencias.

Debilidades

- Asignación del presupuesto para fines de esta propuesta.
- Falta de equipo.
- Falta de interés por parte de los altos mandos.

Amenazas

- Colaboradores de la Unidad de atención ciudadana se desempeñan como grupo no como equipo de trabajo.
- Comunicación informal de alto riesgo (chismes).
- Los papeles de cada uno de los que ahí se desempeñan no están delimitados en el organigrama, esto genera ruido en la comunicación y afecta las atribuciones de las personas generando malos entendidos.

4.6 Guía observacional

A continuación se detallan los aspectos propios de la observación a la que fueron sometidos los medios de comunicación de la institución, como otros aspectos generales de la misma, entre estos:

Recursos Humanos

- Léxico que usan los colaboradores al interactuar con los visitantes:**Excelente.**
- Los colaboradores responden las preguntas planteadas por los visitantes:**En todo momento.**
- Los colaboradores dejan dudas de los visitantes sin resolver:**No.**

Medios Físicos

- Elevadores o escaleras: **Hay gradas para acceso a la charla y pocas oportunidades para personas no videntes o con diferentes capacidades físicas.**
- Rampas para acceso a silla de ruedas: **No existen.**
- Arquitectura del edificio: **El edificio ha sido remodelado en su fachada recientemente.**
- Cubículos, oficinas e islas de trabajo del personal docente y administrativo: **Estos espacios físicos son limitados.**
- Mobiliario de los mismos: **En buenas condiciones.**
- Salón del pueblo: **Buen estado.**
- Mobiliario de los mismos: **Buen estado pero insuficiente.**
- Colores de las paredes: **Claro, muy apropiado**
- Aéreas de descanso o receso: **Poco apropiadas.**
- Áreas verdes o jardinería: **Poco apropiadas.**
- Servicios sanitarios: **Puede mejorar.**
- Parqueo para empleados: **Puede mejorar.**
- Parqueo para visitantes e invitados: **No posee.**
- Señalización dentro del edificio: **puede mejorar.**

- Áreas para inclusión de discapacitados físicos: **No existen.**
- Áreas para inclusión de no videntes: **No existen.**
- Uniforme del personal administrativo: **Muy bueno.**
- Equipo de trabajo: **Puede mejorar.**
- Kioscos de atención personalizada: **Muy bueno.**

Medios Auditivos

- Planta de teléfono: **Muy bueno.**
- Intercomunicadores: **No posee.**
- Radios de alcance: **No posee.**
- Voceo o circuito de voz interno: **No posee.**
- Circuito cerrado de Televisión :**No posee.**

Medios Virtuales

- Internet: **Bueno.**
- Intranet: **:No posee.**
- Correo electrónico: **No posee.**
- Fan page (facebook): **Bueno. (externa)**
- Red social Twitter: **Bueno.**
- Red social Pinterest: **No posee.**
- Canal en Youtube: **Bueno.**
- Página oficial: **Bueno.**

Medios escritos

- Periódico: **No posee.**
- Boletín: **No posee.**
- Revista: **No posee.**

Medios Institucionales

- Canal de televisión: **Bueno.**
- Pauta o espacio radiofónico: **No posee**

Capítulo V

Propuesta de comunicación interna

5.1 Introducción

Como ya se dijo, la comunicación organizacional o comunicación interna representa una herramienta de comunicación que posee estrategias de trabajo que permitan la integración de los individuos para que estos puedan entender su papel y así desempeñarse de acuerdo con la organización basados en el concepto de trabajo en equipo y no solamente en grupo; toda comunicación tiene un propósito, en cuanto a la comunicación interna, el propósito de enviar mensajes dentro de la organización. Ajin (2013:107).

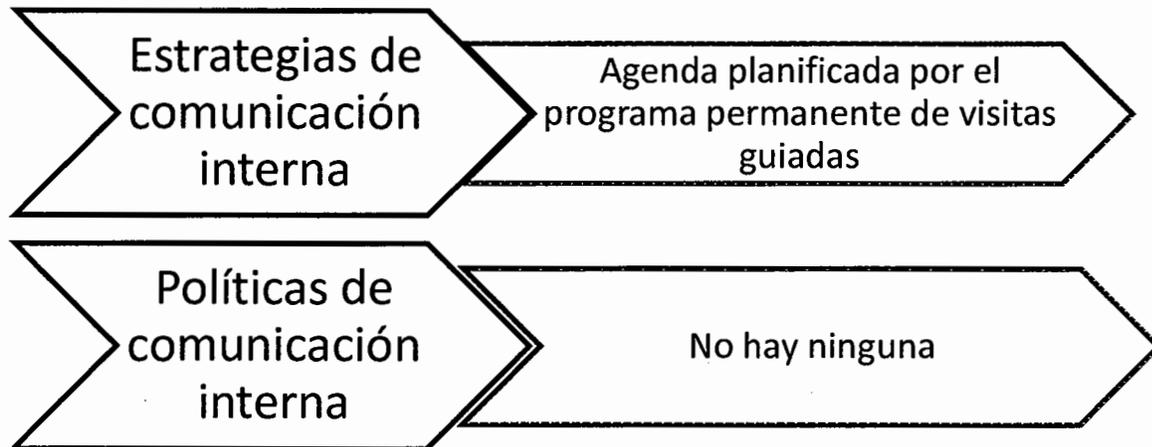
Gracias al estudio de campo realizado se tienen cuentas del buen desempeño que esta unidad tiene dentro de la institución legislativa, sin embargo son evidentes las barreras de comunicación interna que posee y que representan una amenaza para otros procesos comunicacionales propios de las interacciones que tienen lugar en el seno del más transparente de los poderes de Estado, por su papel representativo de las masas.

Por lo tanto, a continuación se presentan los puntos que conforman esta propuesta de comunicación interna a favor de la Unidad de atención ciudadana del Congreso de la República:

5.2 Análisis de las intervenciones actuales

Actualmente, la unidad en mención no posee intervenciones o procesos enfocados a nutrir su comunicación interna, es decir que no se hacen esfuerzos para conocer las barreras de comunicación y tampoco para superarlas y que esto redunde en las mejoras del ambiente laboral.

En amplios rasgos se pueden mencionar:



Al exponer estos puntos se evidencia que los procesos de comunicación interna son pobres y no son sometidos a planificación estratégica.

5.3 Grupo objetivo de la propuesta

De acuerdo con García(2007: 87) para elaborar una planificación estratégica es importante determinar el grupo objetivo o público meta al cual van dirigidos los diferentes mensajes que la conforman, ello se realiza por medio del trabajo de campo, es decir las encuestas, las entrevistas y guías observacionales, y análisis FODA, todas, herramientas usadas en este estudio. Al determinar el grupo meta se pueden implementar estrategias que permiten que el proyecto se ejecute.

En este estudio se evidencia que el grupo meta está conformado por hombres en su mayoría, representado por 48% de la muestra y en menor medida, mujeres que

son el 37% de la muestra, cuyas edades oscilan entre el rango de los 20 a los 30 años, representado por el 16% de ellos y de 30 a 40 años, representado por el 24%. quienes poseen un nivel superior de estudios, es decir, a nivel universitario, representado por el 64% de la muestra. Además, se desempeñan en labores administrativas dentro de la unidad de atención ciudadana, por tres o más años en un 56%. Se sabe que quienes integran el grupo meta residen en la Ciudad capital o sus municipios periféricos.

Por lo tanto, se puede definir como un grupo objetivo que corresponde a las clases de consumidores tipo, *B* y *C+* mismo rango que los define como personas de alto nivel académico cuyas expectativas de llenar son altas y poseen amplio conocimiento, jóvenes adultos con hábitos de vida y de consumo que están basados en las tecnologías actuales, y poseen poder adquisitivo. Todos son colaboradores de la Institución. García(2007: 87).

Definir el grupo objetivo ayuda a estructurar la propuesta, se aborda en términos comerciales, va orientado a mejorar el clima laboral se hace referencia a un conjunto armónico dentro de una compañía, éste tiene la característica de formarse en un ambiente con ciertos rasgos, en su mayoría intangibles, tal como lo indica Soria(2010: 87); quien dice que el clima organizacional es “la cualidad o propiedad del ambiente organizacional que perciben o experimentan los miembros de la organización, y que influye, directamente, en su comportamiento.” Entonces se plantea identificar los factores del clima que pueden ser perjudiciales, así estos se convertirán en acciones tangibles y valorables, por eso es importante desarrollar aspectos como el liderazgo y la creatividad.

5.4 Descripción

Este estudio contempla una propuesta integral de comunicación interna que permita optimizar flujos de trabajo para los colaboradores de la Unidad de atención ciudadana del Congreso de la República, priorizando los valores y el trabajo en

equipo para fomentar relaciones interpersonales cordiales que contribuyan a mejorar el clima laboral y las condiciones sociales del grupo meta. Ajín(2014: 107). Se ha realizado un análisis de los procesos comunicacionales por medio de la guía observacional, las encuestas realizadas en el campo, entrevistas a los personeros y jefes de bloque el análisis FODA.

Entre los aspectos que resaltan que han sido tomados en cuenta para estructurar esta propuesta:

A. Funciones de la propuesta

- Crear, fortalecer y mantener procesos comunicacionales internos.
- Trabajar en equipo, no en grupo.
- Capacitación profesional a los personeros.
- Mejorar el clima organizacional
- Cumplir la misión y visión
- Implementar una estrategia de comunicación que fomente la unidad, que les permita fortalecer una buena relación entre ellos y redundar en el público externo.

5.5 Objetivos de la propuesta

A. Objetivo general

- Optimizar las condiciones del clima laboral en la unidad de atención ciudadana del Congreso de la República, por medio de los procesos de comunicación interna que se desenvuelven en esta.

B. Objetivos específicos

- Generar una imagen positiva de la institución, tanto interna como externa.
- Usar medios y técnicas de comunicación para fortalecer los ya existentes.
- Contribuir con la comunicación interna para generar un ambiente agradable en el trabajo.

5.6 Estructura de las intervenciones

Entre las intervenciones que se contemplan en esta propuesta, figuran:

- Creación del puesto para la posición como encargado (a) de comunicación interna de la unidad de atención ciudadana del Congreso de la República.
- Creación del puesto para la posición como asistente de comunicación interna.
- Implementación de la campaña multimedios basada en valores que fomenten la unidad y el trabajo en equipo.
- Boletín mensual.
- Intranet y redes sociales (estrategias para grupo cerrado de facebook).
- Implementación de un periódico mural y digital.
- Capacitaciones para los colaboradores.
- Reuniones de grupo.
- Dinámicas y otras actividades.
- Justificar y definir la posición de la Unidad de atención ciudadana del Congreso de la República dentro del organigrama general de la institución.
- Definir en el organigrama interno de la Unidad de atención ciudadana del Congreso de la República.
- Crear el organigrama de la oficina de comunicación interna de la Unidad de atención ciudadana.

5.6.1 Recursos humanos útiles en esta propuesta

El clima organizacional es un elemento amplio con posibilidades de desarrollo, en el cual los colaboradores interactúan, hacen presencia y viven el día a día, por lo tanto, este enfoque merece que se le otorgue atención especial y minuciosa como a cada aspecto de la Institución, el eje de esta propuesta es contar con una persona cuya única atribución sea este rubro que no supone menos esfuerzo o trabajo que otras áreas, según señala Ajín (2014: 107).

A. Perfil del puesto

Se propone crear específicamente el puesto "Encargado (a) de comunicación interna", con los siguientes datos:

Nombre del puesto: Encargado (a) de comunicación interna de la Unidad de atención ciudadana del Congreso de la república.

Delegado (a) de comunicación interna de la Unidad de atención ciudadana del Congreso de la república.

Perfil académico: Egresado de la carrera de Ciencias de la comunicación, con énfasis en periodismo, colegiado activo en el Colegio de Humanidades. Preferiblemente estudiante de Maestría en comunicación organizacional o comunicación y política.

Perfil laboral: Deseable que posea experiencia en oficinas de comunicación o que ya labore en la Unidad de atención ciudadana.

Mayor de 25 años, estado civil indiferente, que resida en el sector, creativo (a), persona resolutiva, proactiva responsable y ordenado (a), comprometido a entregar los proyectos en tiempo óptimo.

Preferiblemente que tenga conocimientos en redes sociales.

Con habilidades para animar grupos de personas.

Excelente redacción y ortografía.

Conocimiento básico de diseño y edición de audio y video, además, manejo de programas de office.

Excelentes relaciones públicas.

Excelente presentación.

Remuneración salarial: Deberá ser remunerado al nivel de los salarios administrativos de tipo gerencial en la institución e iguales beneficios, es decir Q.12,000.00, mensuales según datos brindados por la Dirección de recursos humanos.

Atribuciones del cargo: Desarrollar las estrategias comunicacionales contenidas en esta propuesta y ampliarlas, contará con el apoyo del (la) asistente de recursos humanos.

B. Funciones del Puesto

- Gestionar todos los aspectos propios de la comunicación organizacional por medio de la Dirección de Comunicación interna de la Unidad de atención ciudadana del Congreso de la República, realizando planificaciones por medio de planes y programas de comunicación.
- Diseñar, desarrollar, ejecutar y evaluar los planes semestrales de comunicación interna, así como la gestión de otros materiales con creatividad, de acuerdo al entorno y a los objetivos definidos.
- Brindar jornadas de capacitación los personeros en habilidades comunicacionales e imagen pública.
- Brindar informes constantes en relación con los éxitos y logros de la propuesta, así como el monitoreo periódico de la misma.
- Planificar y llevar a cabo eventos varios que ayuden a desarrollar competencias entre el personal.

El horario de trabajo: Este será igual que el resto de trabajadores de la institución, de lunes a viernes de 08 a 16:30 horas, se solicita disponibilidad total para ese horario y eventualmente trabajará fines de semana, cuando la planificación estratégica lo requiera.

C. Perfil del puesto

Nombre del puesto:	Asistente (a) de comunicación interna.
Perfil académico:	Estudiante de Ejercicio profesional supervisado (EPS) o bien de los últimos semestres de la carrera de ciencias de la comunicación.
Perfil laboral:	Deseable que posea experiencia en el campo de la comunicación o bien en puestos administrativos. De 23 años en adelante, estado civil indiferente, que resida en el sector, creativo (a), persona proactiva responsable y ordenada, comprometida a entregar los proyectos en tiempo óptimo. Preferiblemente que tenga conocimientos en redes sociales. Con habilidades para animar grupos de personas. Excelente redacción y ortografía. Conocimiento de diseño y edición de audio y video, además, manejo de programas de office. Excelentes relaciones públicas. Excelente presentación.
Remuneración salarial:	De acuerdo a lo que ya se dijo de la institución y sus políticas salariales, se estima un promedio de Q. 7,000.00.

Atribuciones del cargo: Apoyar al encargado de comunicación interna en las estrategias comunicacionales contenidas en esta propuesta y las futuras.
Asumir, archivo y algunas labores administrativas cuando sea necesario.
Realizar diseños y gestiones de redes sociales y demás material multimedia.

El horario de trabajo: Este será igual que el resto de trabajadores de la institución, de lunes a viernes de 08 a 16:30 horas, se solicita disponibilidad total para ese horario y eventualmente trabajará fines de semana, cuando la planificación estratégica lo requiera.

5.7 Uso de los medios alternativos

Los medios alternativos son los más desconocidos y por lo tanto, los menos usados, son altamente recomendables en situaciones de comunicación interna, pues según cita (Gómez. 2011.), muchas veces el presupuesto de las compañías es reducido en este rubro, lo cual representa un reto para que el comunicador a cargo sea creativo.

Estos medios, son llamados alternativos porque constituyen una opción diferente a los medios masivos tradicionales, pero igualmente efectivos.

A. Medios impresos

Es necesario el uso de los siguientes medios impresos:

- **Afiches**

Los afiches serán un recurso institucional para transmitir información que concierne exclusivamente a capacitaciones, congresos, foros, y todo lo relacionado con experiencias de formación para el personal se deben imprimir al

menos cinco ejemplares para compartir la información en zonas que son comunes para los colaboradores como cafetería y las diferentes oficinas. Los afiches deberán siempre ser impresos a full color y en un papel que resista (cartoncillo).

El encargado (a) de comunicación interna, será el responsable de estructurar un manual de diseño para que todos los afiches posean la misma línea gráfica, tomando en cuenta tipo de letra, tamaño de títulos, de subtítulos, colores y otros aspectos propios del diseño de dicho material, así como de colocarlos y revisar periódicamente que no estén rotos o rayados y si ese fuera el caso, sustituirlos por otra impresión del mismo ejemplar.

B. Medios electrónicos

Con el avance del paso de la tecnología el aprovechamiento de los medios electrónicos es imprescindible, poseen singulares ventajas tales como que son rápidos, poseen gran cobertura y económicos para las personas que solo necesitan conexión a internet para revisarlos y esta es común entre el grupo objetivo y brinda infinitas posibilidades para la comunicación que son limitadas solo por la creatividad de los profesionales en el área. Además, es un medio económico, tomando en cuenta que los presupuestos para la comunicación organizacional suelen ser reducidos en comparación con los de la comunicación externa.

- **Grupo cerrado de facebook**

La propuesta contempla la creación de un grupo cerrado de facebook pero no una fan page, ello puesto que la información que ahí circulará es de carácter interno, esta opción de grupo permite al administrador del mismo agregar o quitar a las personas según las necesidades.

El nombre del grupo debe ser dinámico y comprensible, sin siglas, o palabras complicadas para que sea de fácil acceso en los buscadores de internet.

En este grupo ha de publicarse toda información oficial.

También se compartirán los diseños vigentes de afiche y revista, en cuanto a los boletines mensuales.

Este recurso también se usará para publicar diariamente las felicitaciones de cumpleaños a cada uno de los colaboradores, así como aniversario de pertenecer a la institución; estas son atribuciones que corresponden al encargado (a) de comunicación interna.

El contenido de las publicaciones en facebook no puede ser al azar, debe responder a una planificación también estratégica de acuerdo a los objetivos de esta, además manejar una imagen institucional o línea gráfica para exponer comentarios, fotos entre otro material audiovisual para maximizar su uso y aprovechar sus herramientas.

- **Correo electrónico (intranet)**

Este deberá usarse para transmitir información cuyo contenido es exclusivo de los procesos de trabajo como solicitud de papelería, y todos aquellos de los cuales sea necesario llevar un registro específico de tareas realizadas, así como para publicar convocatorias y hacer recordatorios específicos, formularios de permisos, etc.

Se sugiere agregar a este mismo sistema una agenda con alertas sobre acontecimientos, y que tanto el usuario del correo como el administrador puedan agregar información.

- **Boletín mensual digital**

Se propone usar esta herramienta mensualmente con el objetivo de mantener a las personas informadas de las actividades que serán realizadas; El éxito de este boletín consiste en garantizar que cada empleado tenga acceso a verlo y para ello este boletín no se hará impreso, sino se enviará por la vía electrónica por medio del grupo cerrado de Facebook que da la oportunidad de saber quiénes lo han

leído sin ningún error. Y se realizará campaña de refuerzo o feedback al contenido del boletín en el grupo de la red social wassapp por las mismas razones.

C. Otros medios
Campaña multimedios
Tema: Valores

Esta campaña persigue reforzar los valores necesarios para fortalecer el trabajo en equipo dentro de la institución se han seleccionado cuatro valores principales para realizar la campaña de manera trimestral durante un año, siendo estos:

- ✓ Fraternidad
- ✓ Humildad
- ✓ Puntualidad
- ✓ Tolerancia

La campaña será multimedios, es decir tendrá presencia en todos los medios ya descritos y abordarla en diversidad de materiales audiovisuales con el reto, mayor creatividad y menor costo.

Concepto creativo

Las estrategias que se implementan en la propuesta están conformadas de acuerdo a reforzar el trabajo en equipo y que los colaboradores de la Unidad de atención ciudadana del Congreso de la república encuentren pertenencia al grupo y se identifiquen con los valores de la institución.

Racional

Los diseños para la campaña de valores, se han realizado con una foto que sirve de anclaje al valor que corresponde según el mes; tiene una frase que aborda ideas relativas al valor que se está promocionando, se cambiarán uno por mes y habrán de imprimirse en una manta de 1X1 y colocarla en un lugar visible para el personal y colocar post it o notitas adhesivas para que las personas escriban su opinión, sus deseos, frases o experiencias relacionadas con el valor que se está promoviendo.

5.8 Cronograma de ejecución de la propuesta

A continuación se detallan los pasos para avanzar con la propuesta, sin embargo quedará sujeto a la programación estratégica del encargado de comunicación interna.

ACTIVIDAD	Junio 2015					Julio 2015				Agosto 2015					Septiembre 2015		
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3
1 Presentación de la propuesta																	
2 Aprobación de la propuesta																	
3 Nombramiento del encargado de comunicación interna																	
4 Planificación estratégica y calendarización																	
5 Creación e integración del grupo de Facebook y otras redes.																	
6 Inicio de las estrategias																	

5.9 Planificación de recursos

A continuación se detalla la planificación de los diferentes recursos que serán necesarios para la implementación de la propuesta.

Concepto	Monto Q.
Recursos Humanos	
• Encargado de Comunicación interna *	12,000.00
• Asistente de comunicación interna *	7,000.00
Equipo Técnico **	10,000.00
Servicios de telecomunicaciones *	3,000.00
Otros gastos	
Mantas vinílicas para campaña de valores (4 unidades) **	800.00
Impresión de reglas para material didáctico de las charlas	
Gran total	32,800.00

**Montos están proyectados mensualmente.*

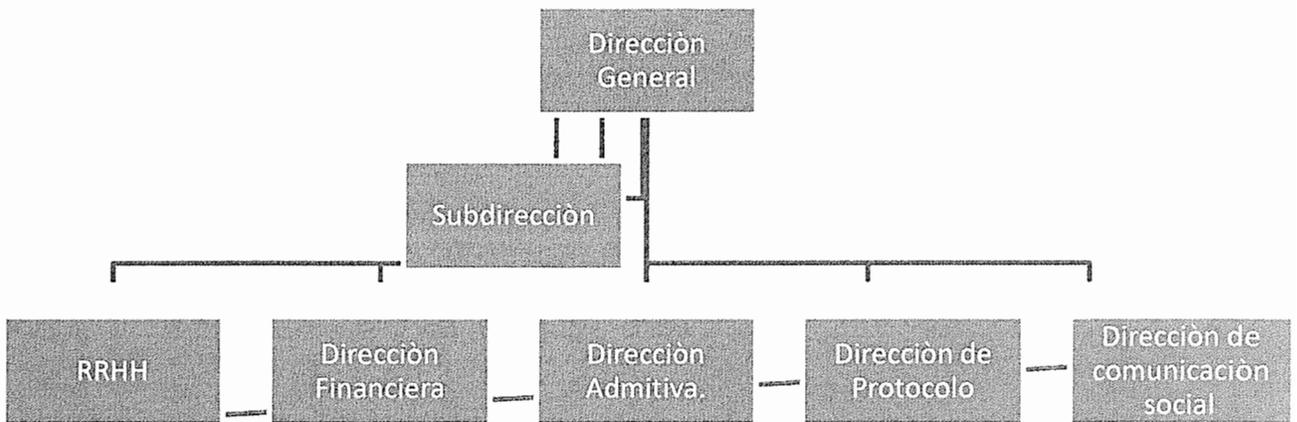
*** Montos están proyectados como gasto único de equipo.*

Los costos por inversión pueden cambiar de acuerdo al mercado.

Se pretende que los fondos para la propuesta sean obtenidos mediante aprobación del presupuesto por parte del Gobierno central.

5.10 Organigrama Congreso de la República

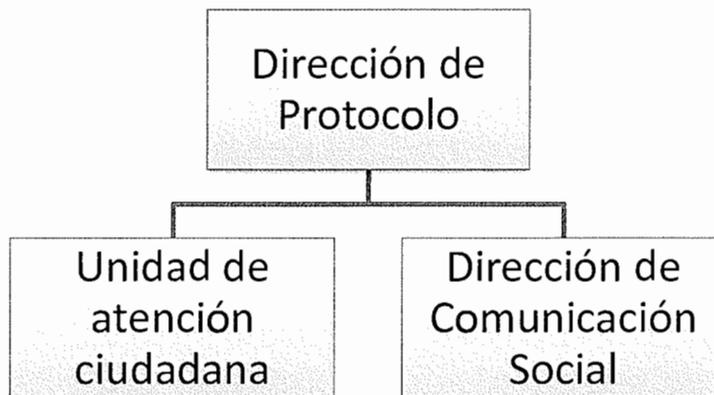
A continuación, se presenta el organigrama del Congreso de la república donde está incluida la Dirección de protocolo, misma a la que actualmente corresponde la Unidad de atención ciudadana, pero esta a su vez, no posee su propio organigrama, lo cual redundará problemas de comunicación puesto que las atribuciones de cada uno de los puestos no están definidas, así, algunos colaboradores trabajan atribuciones de más o que no son acordes a sus capacidades académicas o aptitudes y esto perjudica el clima laboral.



Elaboración propia

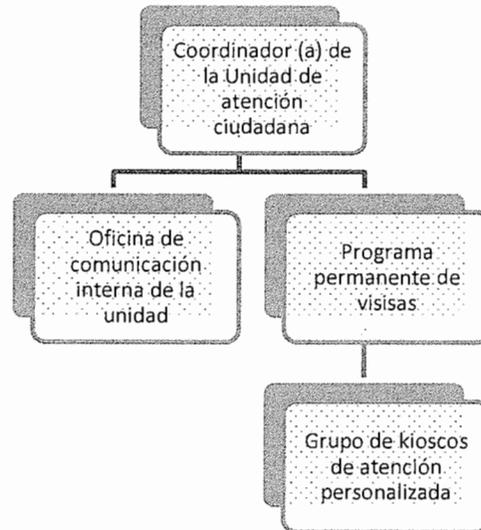
Con información de Congreso de la República de Guatemala (2009: 119)

5.10.1 Organigrama propuesto



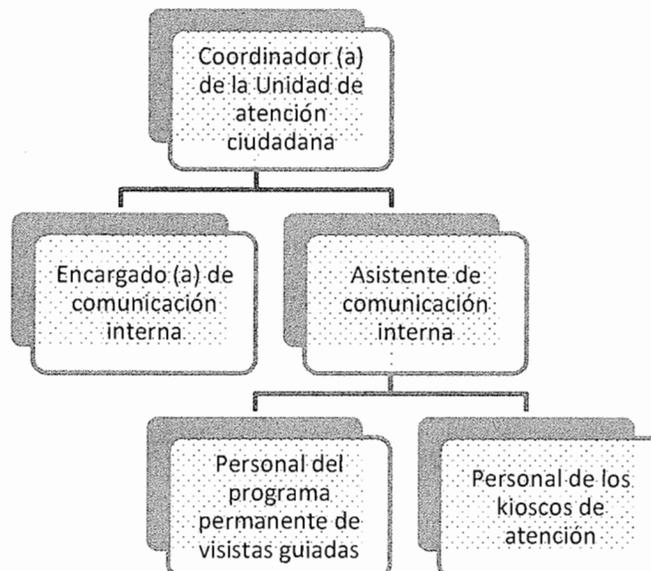
-Elaboración propia-

5.10.2 Organigrama de la unidad de atención ciudadana del Congreso de la República



-Elaboración propia-

5.10.3 Organigrama de la oficina de comunicación interna de la unidad de atención ciudadana del Congreso de la República



-Elaboración propia-

Conclusiones

Al realizar el análisis como corresponde a los resultados del estudio de campo como ya se detalló, se abordan las siguientes conclusiones:

De acuerdo con el estudio cuantitativo que se realizó, las barreras de comunicación interna que se identificaron en la Unidad de atención ciudadana del Congreso de la República son:

- El conjunto de colaboradores de la unidad se desempeña como grupo y no como equipo, con lo cual se pone en riesgo las relaciones interpersonales creando tensión en el ambiente laboral con procesos que poseen las características propias de la comunicación informal (chismes, rumores, etc).
- El organigrama no existe, por lo cual no contempla las atribuciones de cada uno de los puestos de trabajo que ahí se desempeñan y con ello el ambiente laboral posee demasiadas cargas para algunos y escasas para otros, generando desinterés y malestar entre los colaboradores.

También, durante el trabajo de campo, se evidenciaron ruidos en el mensaje, mencionando:

- Falta de material didáctico para fortalecer las charlas a las que acuden estudiantes de todos los niveles académicos y personas de la sociedad civil, aunque en menor porcentaje.

Ambos conceptos, tanto barreras como ruidos encontrados gracias al trabajo observacional y de campo realizado durante este estudio, se han abordado en el capítulo que corresponde a la propuesta y han sido solucionados por medio de estrategias comunicacionales integrales.

- El proceso de comunicación dentro de la Unidad de Atención ciudadana del Congreso de la República funciona basado en los principios de la comunicación informal lineal, es decir que no sigue canales ni procesos determinados entre iguales niveles jerárquicos, puesto que carece de una posición en el organigrama institucional.
- De acuerdo al estudio realizado, las características de los emisores del mensaje en la Unidad de atención ciudadana del Congreso de la República son: hombres y mujeres en el rango de los 20 a los 30 años con un nivel académico de tipo superior o universitario con residencia en el Departamento de Guatemala y sus municipios con una antigüedad laboral de tres años.

Recomendaciones

- Llevar esta propuesta a la práctica, que ha sido derivada del estudio de campo realizado el cual evidenció la problemática que se ha abordado y destinar los fondos y esfuerzos necesarios para ejecutar este proyecto ello para superar ruidos y barreras que ya han sido evidenciados y optimizar procesos de comunicación para que esto redunde en un optimización de los recursos del Estado basada en la mejora en sus procesos.
- Tomar en cuenta la opinión de las personas en cuanto al clima laboral y mejorar con ello sus condiciones de comunicación informal lineal a la que las intervenciones actuales están sujetas.
- Que las interacciones existentes entre las unidades de información y comunicación de la Unidad de atención ciudadana se basen en la agenda planificada por el programa permanente de visitas guiadas, para crear políticas de comunicación interna ya que no se poseen en dicha oficina.
- Crear la oficina de comunicación interna llenando el perfil de las personas encargadas de dicha labor, capacitadas en medios alternativos e impresos. Todo ello para abordar las barreras y ruidos de la comunicación que han sido arrojados en este estudio.



ANEXO I



Universidad de San Carlos de Guatemala
 Escuela de Ciencias de la Comunicación
 Diagnóstico y propuesta de comunicación interna
 en la Unidad de atención ciudadana del Congreso de la República de Guatemala.

Solicito su colaboración para responder las siguientes preguntas orientadas a obtener resultados para trabajo de campo correspondiente a la tesis titulada:

Diagnóstico y propuesta de comunicación externa en la Unidad de atención ciudadana del Congreso de la República de Guatemala.

Datos demográficos:

Edad:		Años:		
Género:	F	M		
Nivel académico:	Primaria	Secundaria	Diversificado	Universidad
Residencia:	Municipio:		Zona:	
Antigüedad laboral	Un año o menos	Dos años		Tres o más años
Área de trabajo:				

SERIE I Señale con una X su apreciación a los enunciados; ejemplo:

E: Excelente B: Bueno PM: Puede Mejorar M: Malo

	E	B	PM	M
• Instalaciones del Congreso		X		
• Afluencia de las personas que llegan a los kioscos				
• Afluencia de las personas que asisten a recorridos				
• Material que otorgan a los visitantes				
• Tiempo de respuesta de sus solicitudes a mandos altos				
• Programas de la UAC				

¿Cuáles son los meses con mayor afluencia de visitantes?

Ene	Feb	Marz	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
-----	-----	------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

ANEXO II

Encuesta para los jefes de bloque



Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Diagnóstico y propuesta de comunicación interna

en la Unidad de atención ciudadana (UAC) del Congreso de la República de Guatemala.



Solicito su colaboración para responder las siguientes preguntas orientadas a obtener resultados para trabajo de campo correspondiente a la tesis titulada:

Diagnóstico y propuesta de comunicación externa en la Unidad de atención ciudadana (UAC) del Congreso de la República de Guatemala.

Datos demográficos:

Edad: _____ años.
 Género: F M
 Nivel académico: Primaria Secundaria Diversificado Universidad
 Partido: _____
 Comisión: _____

SERIE I

1. ¿ Ha realizado convocatorias a grupos de la sociedad civil para visitar el congreso?	Sí	No	Sin evidencia
2. ¿ Ha solicitado servicios de la UAC?	Sí	No	
3. ¿ Fueron puntuales durante el recorrido?	Si	No	
4. ¿ Atendieron de forma amable y eficiente a sus invitados?	Si	No	
5. ¿Atendieron las dudas de sus invitados?	Sí	No	
6. ¿Ha invitado a extranjeros?	Sí	No	
7. ¿Sus invitados extranjeros hablaban español?	Sí	No	
8. ¿En la UAC atendieron a los invitados extranjeros en inglés?	Sí	No	
9. ¿Durante la visita el personal de la UAC portaba gafete?	Sí	No	
10. ¿ Durante la visita el personal de la UAC vestía uniforme?	Sí	No	

SERIE II

	Totalmente	Parcialmente	Desaprobado
1. ¿Cuál es su nivel de aprobación a los servicios que presta la UAC?			
2. ¿ Quedó satisfecho (a) como anfitrión (a) con sus invitados?			
3. ¿Volvería a traer invitados al congreso?			

4. ¿Cuál cree ud. Que debe ser la función de la UAC? _____

ANEXO III

Organigramas del Congreso de la República

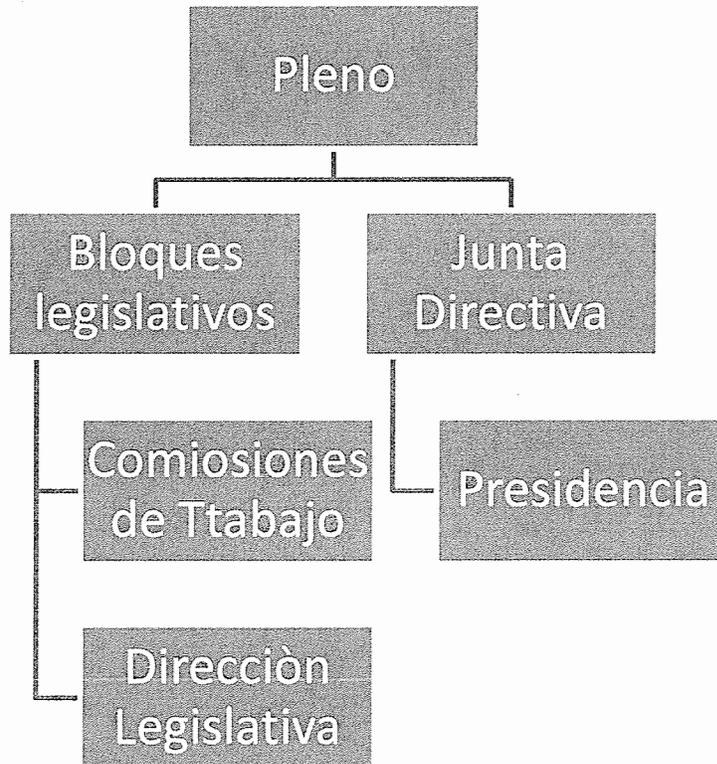


Ilustración A.

Elaboración propia

Con información de Congreso de la República de Guatemala (2009: 119).

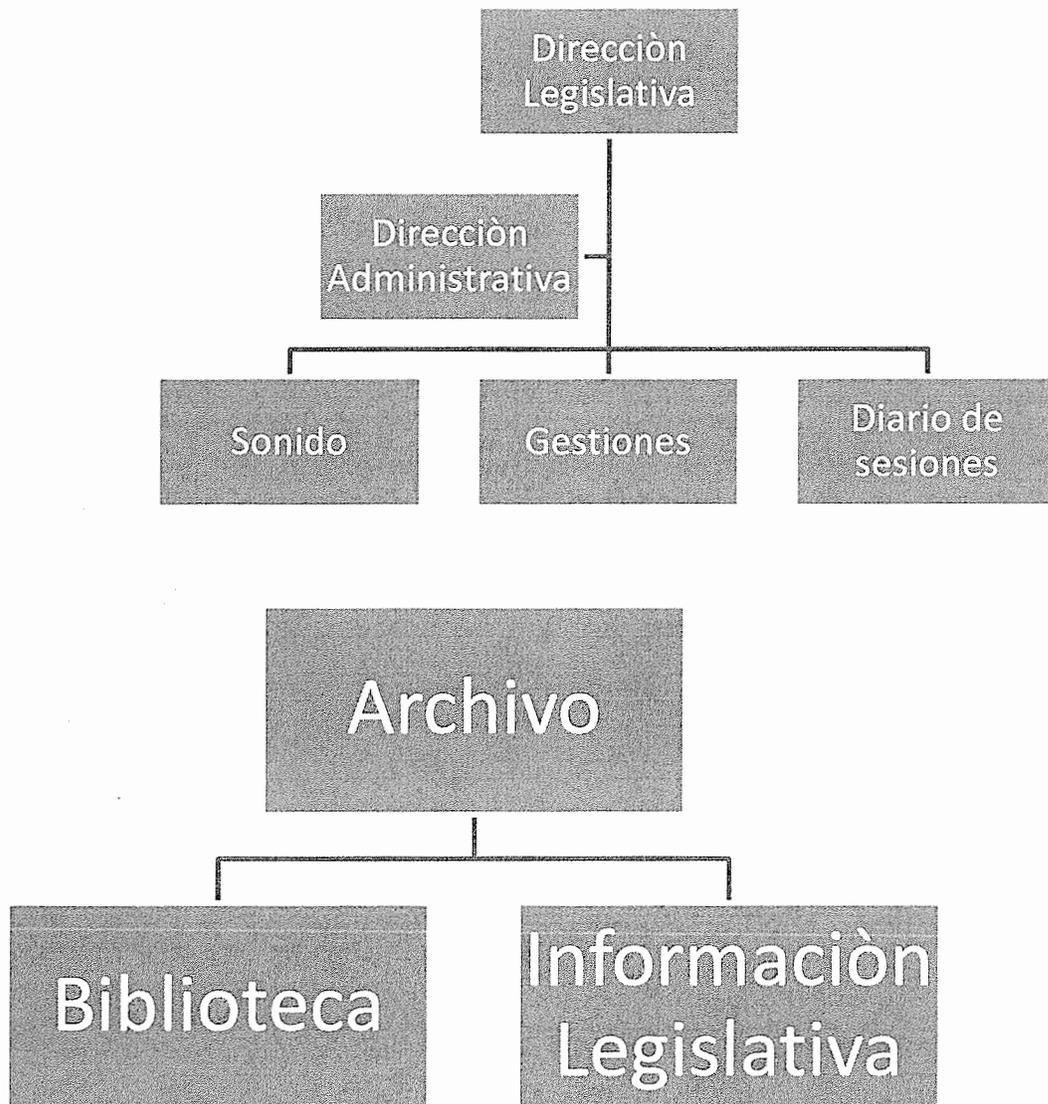


Ilustración B.

Elaboración propia

Con información de Congreso de la República de Guatemala (2009: 119).

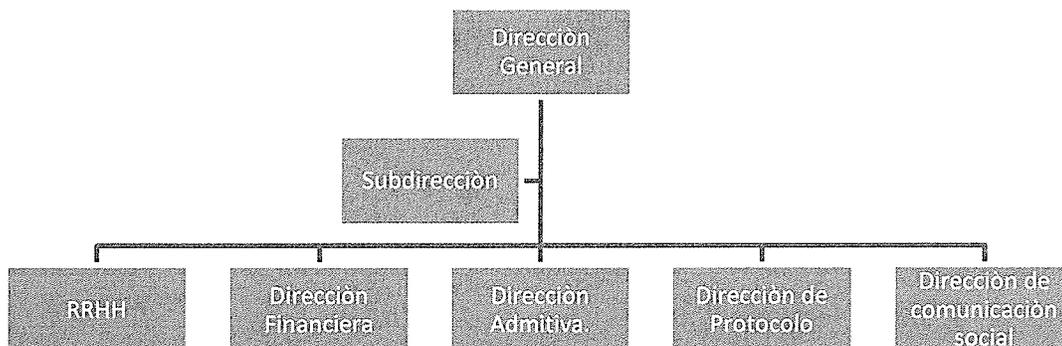


Ilustración C.

Elaboración propia

Con información de Congreso de la República de Guatemala (2009:119)

ANEXO IV

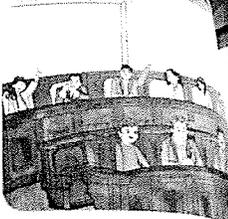
Material didáctico usado actualmente por la Unidad de atención ciudadana



5. ¿Quiénes son los diputados?

El Congreso de la República está conformado por los diputados o también denominados congresistas. Los diputados de acuerdo a la Constitución Política, son los representantes del pueblo y dignitarios de la Nación, son electos por la ciudadanía cada cuatro años mediante un proceso electoral y pueden ser reelectos.

Para ser diputado se requiere ser guatemalteco de origen, no tener juicios pendientes, ser mayor de 18 años, participar en el proceso electoral como candidato a diputado por medio de un partido político y ganar dicho proceso. Existen dos tipos de diputados según el proceso de elección:



Los diputados distritales

Son aquellos diputados electos por la población de un Departamento de la República de Guatemala, al cual se le denomina Distrito Electoral. Cada Departamento debe tener como mínimo un diputado y adicionalmente se eligen otros según la cantidad de habitantes que tenga ese Departamento o Distrito.

El caso del Departamento de Guatemala es especial ya que en realidad está conformado por dos distritos electorales; por un lado, la ciudad de Guatemala y, por el otro, los municipios que conforman el Departamento.

Los diputados por Lista Nacional

Son aquellos diputados electos para representar a la población en forma general y no a un Departamento específicamente. Es costumbre que sean los líderes de los partidos políticos quienes integren la lista de los candidatos a diputados por Lista Nacional y dependiendo del número de votos que tenga esa lista así será la cantidad de candidatos que llegarán a ser diputados.

Los congresistas por ley, y más aún por el cargo que desempeñan, deben actuar de acuerdo a la justicia y el bien común. Ellos son responsables políticamente ante la sociedad y sus electores, de cumplir con las obligaciones que les corresponden de acuerdo a su cargo y por ende, deben buscar la transparencia en cada una de sus acciones.

Legislativo

6. ¿Cuáles son las funciones del Organismo Legislativo?

La Constitución Política le ha otorgado al Congreso de la República una serie de funciones, dentro de las que podemos encontrar:

Hay muchas funciones en el Organismo Legislativo.



• **Función constituyente.** Esta función le permite al Organismo Legislativo proponer reformas a la Constitución Política para ello debe cumplir con una serie de reglas rigurosas establecidas en la propia Constitución.

• **Función legislativa.** Esta función es considerada como la función principal del Congreso de la República y por medio de ella se crean, se reforman y en algunas casos se derogan las leyes.

• **Función de control político.** Por medio de esta función los diputados pueden someter a los Ministros para ser oídos por sus actuaciones dentro del cargo y así conocer sobre las actuaciones que se les formulan.

• **Función de fiscalización.** Esta función se da la oportunidad al Congreso de someter a funcionarios del Estado para que rindan declaraciones sobre asuntos públicos o de interés del Estado, especialmente cuando estos se refieren al manejo de presupuestos, inversiones, o a la ejecución de programas o proyectos.

• **Función Representativa.** Esta función le permite a los diputados, servir de

intermediarios entre el pueblo y el gobierno, así como representar al pueblo en el Congreso de la República.

• **Función Presupuestaria.** Esta función está establecida en la Constitución Política del Congreso de la República en materia de aprobar, expedir, modificar, el presupuesto de ingresos y egresos del Estado, así como, igualmente, ser el Organismo Ejecutivo las reglas para el presupuesto.

• **Función electoral.** El Congreso Legislativo ejerce una función especial cuando le corresponde elegir a quienes desempeñan los cargos de: Comisario General de la Nación, Magistrados de la Corte Suprema de Justicia, Procurador de los Derechos Humanos y Director del Instituto de la Defensa Pública Penal, entre otros.

• **Función administrativa.** Esta función le ejerce al Organismo Legislativo, al interior de la institución parlamentaria, cuando establece su propia organización y funcionamiento.

Conociendo al ORGANISMO LEGISLATIVO



Esta publicación fue posible gracias al financiamiento de:
Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en Guatemala





La Potestad legislativa corresponde al Congreso de la República, compuesto por Diputados electos directamente por el pueblo en sufragio universal y secreto, por el sistema de distritos electorales y lista nacional, para un período de cuatro años, pudiendo ser reelectos.

Cada uno de los departamentos de la República, constituye un distrito electoral. El Municipio de Guatemala forma el Distrito Central y los otros municipios del Departamento de Guatemala constituyen el Distrito de Guatemala. Por cada distrito electoral deberá elegirse como mínimo un Diputado. La ley establece el número de Diputados que corresponde a cada distrito de acuerdo a su población. Un número equivalente al 25% de Diputados distritales será electo directamente como Diputados por Lista Nacional.

El Pleno (¿cómo se llama según antes de la Constitución?)

El Pleno, como órgano máximo, constituye la autoridad superior y se integra por los Diputados reunidos en número suficiente de acuerdo a lo que establece su Ley Orgánica.

La Junta Directiva: cada año el Congreso de la República elige a su Junta Directiva la cual constituye la Comisión de Régimen Interior, integrada por el Presidente, tres Vicepresidentes y cinco Secretarios. Esta es la responsable de mantener el orden y buen funcionamiento del Congreso.

Comisión Permanente: antes de clausurar sus sesiones el Pleno procede a integrar la Comisión Permanente, que durante su receso asume todas las funciones de la Junta Directiva.



El Presidente del Congreso de la República, en su funcionamiento de mesa alta preside los debates legislativos, y como tal ejerce la dirección, custodia y representación de dicho Organismo.

Las Comisiones de Trabajo para el cumplimiento de sus funciones, el Congreso de la República, integra Comisiones Ordinarias, Extraordinarias y Especiales. Estas constituirán órganos técnicos de estudio y conocimiento de los diversos asuntos que les son remitidos, considerando el Pleno del Congreso que prevalece por su propia iniciativa.

Junta de Jefes de Bloque: cada bloque legislativo elige a un jefe y un Subjefe de bloque, quienes asumen a la Junta Directiva del Congreso, antes del 14 de febrero de cada año. Estos se reúnen semanalmente con el Presidente del Congreso, para tratar entre otros asuntos: conocer y aprobar el proyecto de orden del día o agenda que se proponga al Pleno, conocer de los informes de la Presidencia, los asuntos que se presenten y tengan relación con el Congreso o se deriven de las actuaciones de este, asimismo los asuntos de trascendencia e interés nacional, entre otros.

Podrán constituirse en Bloques Legislativos "de partido" los Diputados que pertenecían a un mismo partido político de los que hayan alcanzado representación legislativa en la elección y que mantengan su calidad de partidos políticos de conformidad con la ley. También existen los "independientes", once o más Diputados que se hayan separado del partido político postulante y se declaren como tales.

Funciones Principales del Congreso

Función Representativa: Esta función se establece a través de la representación en términos de razonabilidad de los representantes



legislativos, ante sus representantes electos por el electores. Esta representación se ejerce en la gobernanza a la representación en cumplimiento del mandato del pueblo a defender sus intereses y a los problemas que a este le afectan.

Función Legislativa:

Se convierte en la posibilidad de presentar, examinar, conocer y aprobar proyectos que constituyen la aprobación de leyes, de la misma forma en la presentación de proyectos de resoluciones, acuerdos legislativos y puntos resolucivos. En otras palabras atiende a la capacidad en términos jurídicos, el Congreso de aprobar, modificar y/o denegar las leyes.

Función de Control y Fiscalización:

Es aquella que le otorga la Constitución Política de la República, para controlar y fiscalizar a los otros poderes del Estado a través de diversos mecanismos institucionales tales como: Interpelación a ministros y funcionarios públicos, y la fiscalización del gasto la calidad de la administración pública.

Períodos de Sesiones

El período anual de sesiones del Congreso de la República se inicia el catorce de enero de cada año, necesidad de convocatoria. El Congreso se reúne en sesiones ordinarias del catorce de enero al quince de mayo y del uno de agosto al treinta de noviembre cada año. Las clases de sesiones que realiza el Congreso son:

- a) Sesiones Ordinarias
- b) Sesiones Extraordinarias
- c) Sesiones Permanentes
- d) Sesiones Públicas
- e) Sesiones Secretas
- f) Sesiones Solemnes

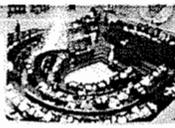


PALACIO LEGISLATIVO

La edificación principal del Congreso de la República data del año de 1931 cuando se iniciaron los trabajos de su construcción. Sobre la novena avenida sur de la Ciudad de Guatemala se alza la imponente fachada de cincuenta metros de longitud que ostenta dieciocho columnas de cemento armado, de estilo jónico. El Palacio Legislativo está sobrio, sóbrio y elegantemente construido, desde los cimientos de ladrillo y concreto, hasta toda su maderamen que es de caoba seleccionada así como de algunas otras caóticas y finas maderas procedentes de las selvas peteceras: el guayacán, el cedro y el lustroso conacaste. Las puertas y ventanas, tanto exteriores como interiores, nos ofrecen una bella y rica ornamentación de cobre, que transmiten el aspecto de severidad de las antiguas manufacturas grecorromanas.

OPORTUNIDAD DE PARTICIPACIÓN

Con el afán de promover un acercamiento con la sociedad guatemalteca y prestar un mejor servicio a la ciudadanía, el Congreso de la República en conjunto con el Programa Valores Democráticos y Gerencia Política de la Organización de los Estados Americanos (OEA) y la Agencia Sueca para el Desarrollo Internacional (ASDI), en el Marco del Proyecto de Fortalecimiento de la Institucionalidad y Gobernabilidad del Congreso de la República de Guatemala, creó la Oficina de Atención Ciudadana, suscitando una participación e los ciudadanos más activa en el trabajo legislativo. La tarea es la de orientar directamente al ciudadano a través de sus Kioscos de Atención al Público, los cuales se encuentran ubicados en la entrada del Palacio Legislativo en Ciudad de Guatemala.



Vistas de grupos y escolares: Pueden ser solicitadas a la Dirección de Protocolo o la Oficina de Atención Ciudadana por correo, teléfono, fax o correo electrónico.

Vistas Individuales: Estas pueden hacerse, acercándose directamente hacia los Kioscos de Atención Ciudadana, ubicados estratégicamente dentro del Congreso de la República.

Horario de Atención: Lunes a viernes de 8:30 a 12:00 y de 14:00 a 16:00 hrs. salvo casos excepcionales o que la actividad parlamentaria lo impida.

Congreso de la República de Guatemala,
Dirección de Protocolo / Oficina de Atención Ciudadana,
9ª Avenida 10-46 Zona 1, Ciudad de Guatemala
Teléfono-fax: 2210-6978/2220-5915
Web Site: www.congreso.gob.gt
Correo Electrónico:
jatencionciudadana@congreso.gob.gt



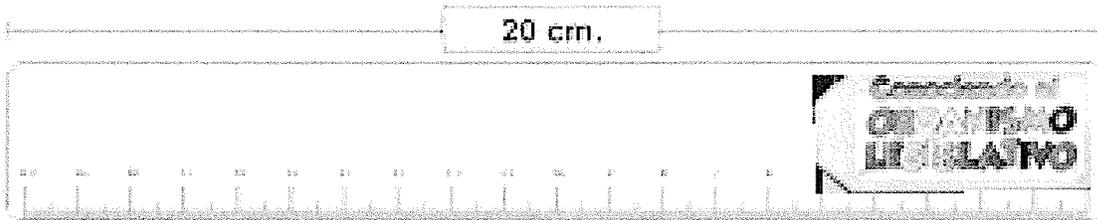
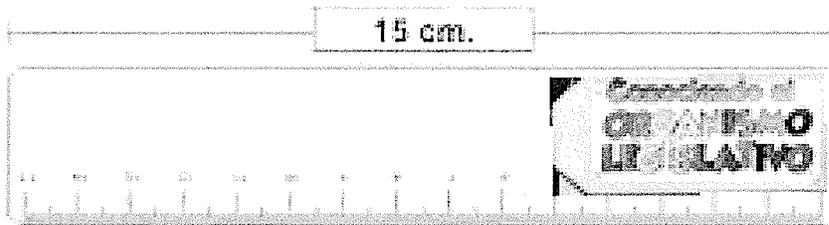
LAS PUERTAS DEL
CONGRESO
ESTÁN ABIERTAS
Acérquese

DIRECCIÓN DE PROTOCOLO

ANEXO V

Material didáctico propuesto para la Unidad de atención ciudadana

Se propone imprimir reglas de cartulina para usarlas como material didáctico para que los estudiantes que visitan la dinámica de las visitas guiadas, esto se estima muy superficialmente, pues esta estrategia es propia de la comunicación externa, sin embargo se contempla en este breve espacio.



Bibliografía

1. **Acuerdo de Junta Directiva del Congreso de la República de Guatemala.** 04-2006. 2006: 4.
2. **Ajín. Celeste. 2013.** Diagnóstico y propuesta de comunicación interna en la Dirección Departamental del Ministerio de Educación de Escuintla. Universidad de San Carlos de Guatemala. Tesis. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Escuela de Ciencias de la Comunicación: 117.
3. **Alegría. Oscar. 2003.** Propuestas de estrategias comunicacionales internas y externas para crear una imagen positiva del Ministerio de Finanzas públicas. Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación: 105.
4. **Archila. Armando. 2010.** Diagnóstico empresarial, una intervención integral. Colombia. Editorial del sur: 87.
5. **Cabezas. Horacio. 2010.** Guía elemental de técnicas de investigación documental y de campo. Editorial UNAM. México: 90.
6. **Castañeda. Yolanda. 2003.** Diagnóstico y propuesta de comunicación interna en la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Detalla los diferentes tipos de comunicación. Tesis Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala: 95.
7. **Congreso de la República de Guatemala, 2009.** Manual de funciones. Guatemala: 119.
8. **Fernández C. y Galguera L. 2008.** La comunicación humana en el mundo contemporáneo. México: McGraw-Hill Interamericana.
9. **Fresco. Ana. 2004.** Guía práctica de comunicación externa. España. Editorial Feaps: 150.
10. **Islas. Octavio. 2001.** Modelos de comunicación. Editora del sol. México: 110.
11. **Martínez. José. 2012.** Expresión oral y escrita. México. Editorial Universidad de México: 58.

12. **Matute. Luis. 1999.**El proceso de la comunicación externa que desarrolla la Corte Suprema de Justicia y el Organismo Judicial. Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación: 113.
13. **Mérida. Aracelly. 2011.**Manual de búsqueda y descripción bibliográfica: 66.
14. **Mérida. Aracelly. 2011.**Manual para elaborar y presentar la tesis: 73.
15. **Ministerio de Educación (Mineduc), 2008.**Manual de estrategias para la comunicación externa. Guatemala: 100.
16. **Morales. Isabel. 2008.**La comunicación externa. Editorial Imperio. México: 91.
17. **Ochoa. Marco. 2010.**Semiología del discurso persuasivo. Guatemala: 88.
18. **Osorio. Santiago. 2008.**La comunicación externa: Herramientas para el servicio al cliente. Editorial Trias. Santiago de Chile: 162.
19. **Ospina. William. 2008.**Es Tarde para el hombre. Editorial Belac. España: 85.
20. **Piloña. Gabriel. 2007.**Métodos y técnicas de investigación. Editorial arcoíris. Guatemala: 107.
21. **Rodríguez. Amado. 2007.** El diagnóstico comunicacional como herramienta organizacional. Editorial Santiago. Chile: 77.
22. **Sánchez. Luisa. 2006.**Desarrollo de la comunicación externa. España. Editorial de interés: 67.
23. **Sánchez. Vicente. 1999.**Técnicas de estudio e investigación documental y de campo. Editorial cumbre. México: 56.
24. **Turcios. Alfredo. 2009.**Las comunicaciones interpersonales como herramienta para sinergia en la cultura organizacional a los docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Tesis Licenciatura. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. La comunicación: 92.
25. **Unidad de atención ciudadana.**Congreso de la República de Guatemala. 2011. Informe de labores. Guatemala: 79.

26. **Universidad del Valle de Guatemala. 2009.** *Estrategia de comunicación interna y externa.* Guatemala: 113.
27. **Zifra. Jordi. 2005.** *Estrategias para la planificación de relaciones públicas.* España. Editorial Barcelona: 107.

E- grafía citada

- Programa Indemer; para cálculo de muestra y otros aspectos estadísticos.
- www.rae.com
- www.congresoguate.com.gt