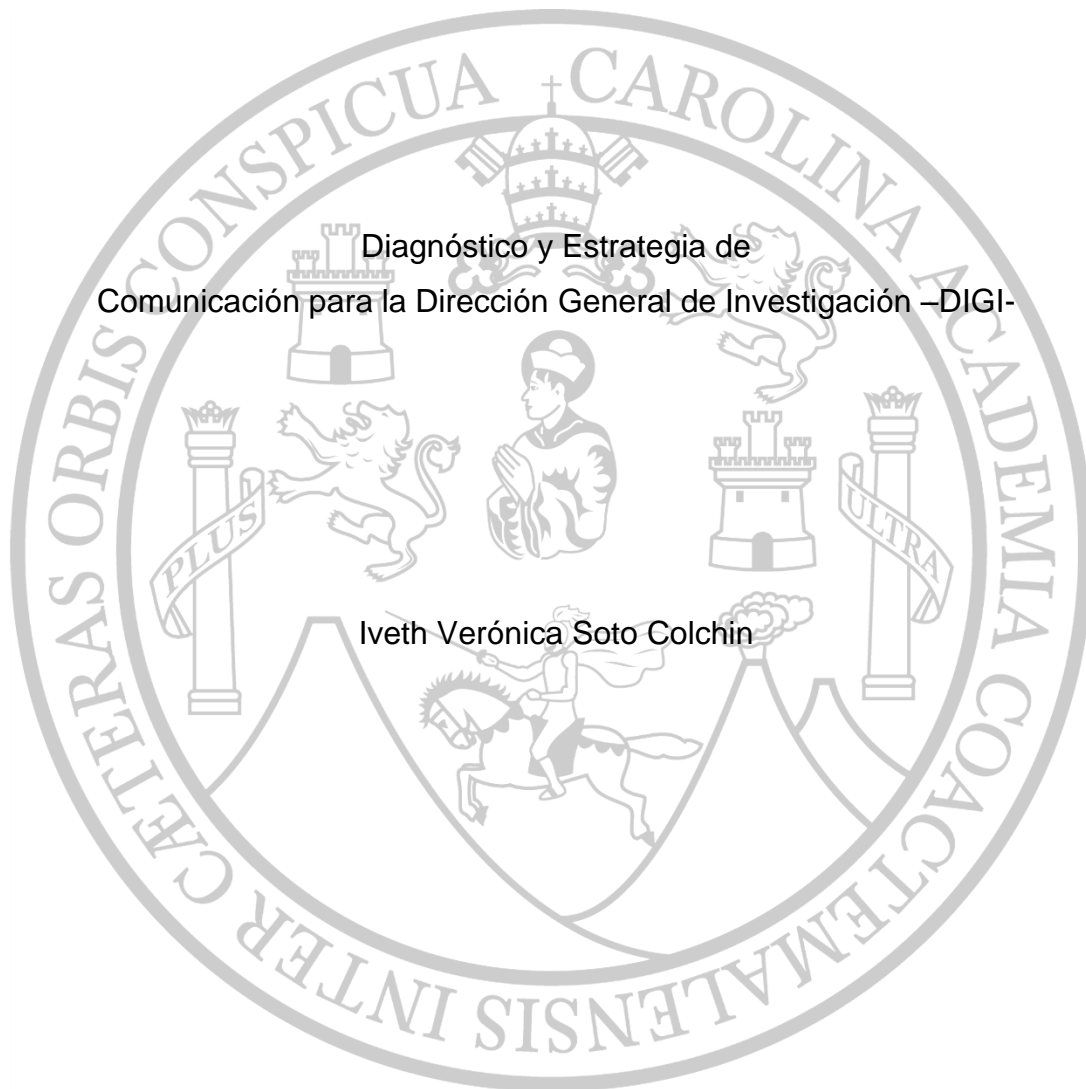


Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Departamento de Estudios de Postgrado



Guatemala, octubre de 2015

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Departamento de Estudios de Postgrado
Maestría en Comunicación Organizacional

Diagnóstico y Estrategia de
Comunicación para la Dirección General de Investigación –DIGI-

Trabajo de Graduación

Presentado por:

Iveth Verónica Soto Colchin

Previo a Optar al Título:

Master en Artes en Comunicación Organizacional

Guatemala, octubre 2015

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

Consejo Directivo

Lic. Julio E. Sebastián Chilín
Director

Lic. Víctor Carillas
M.A. Amanda Ballina
Representantes Docentes

Carlos León
Joseph Mena
Representantes Estudiantiles

M.A. Johnny Michael González
Representante de los Egresados

M. Sc. Claudia Molina
Secretaria

Consejo Académico de Postgrado

Lic. Julio E. Sebastián Chilín
Director

M.A. Aracelly Krisanda Mérida
Secretaria

Dr. Ángel Valdez
Vocal I

M.A. Amanda Ballina
Vocal II

M. Sc. Sergio Morataya
Vocal III

Tribunal Examinador

M.A. Aracelly Krisanda Mérida González
M.A. Patricia Mercedes De León Toledo
M.A. Ana Elisa Gudiel Jovel
M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo

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

Índice

RESUMEN

INTRODUCCIÓN I

CAPÍTULO 1

1.	DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	1
1.1	UBICACIÓN GEOGRÁFICA:	1
1.2	NATURALEZA DE LA EMPRESA O DE LA ORGANIZACIÓN:	1
1.3	MISIÓN, VISIÓN, VALORES Y PRINCIPIOS	1
1.4	PRINCIPALES ACTIVIDADES:	3
1.5	ACTORES INTERNOS Y EXTERNOS	3
1.6	ORGANIGRAMA	4
1.7	PERFIL DE LOS TRABAJADORES.....	5

CAPÍTULO 2

2.1	FUNDAMENTOS EPISTEMOLÓGICOS	15
-----	-----------------------------------	----

CAPÍTULO 3

3.	METODOLOGÍA.....	18
3.1	MÉTODO	18
3.2	TIPO DE INVESTIGACIÓN	18
3.3	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
3.4	OBJETIVOS.....	19
3.5	INSTRUMENTOS:	19
3.6	TÉCNICAS:.....	21
3.7	POBLACIÓN	23
3.8	MUESTRA.....	23
3.9	PROCEDIMIENTO.....	24
3.10	ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	24

CAPÍTULO 4

4.	DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL	25
4.1	ANÁLISIS DE COMUNICACIÓN INTERNA	26
4.1.1	Vertical descendente y ascendente	26
4.1.2	Horizontal	27
4.1.3	Circular	27

4.1.4	Comunicación en crisis.....	28
4.2	ANÁLISIS DE COMUNICACIÓN EXTERNA	29
4.2.1	Usuarios	33
4.2.2	Instituciones.....	33
4.2.3	Análisis de la Identidad Corporativa.....	34
4.2.3.1	Los signos de la Identidad corporativa.....	35
4.2.3.2	Las funciones de la Identidad corporativa.....	36
4.2.4	Análisis de la imagen corporativa.....	37
4.2.4.1	La realidad corporativa	37
4.2.4.2	La cultura corporativa	38
4.2.4.3	La identidad corporativa	39
4.2.4.4	La comunicación corporativa.....	39
4.2.5	Comunicación en crisis.....	40
4.3	FODA.....	41
4.3.1	Análisis y pronóstico de la situación.....	42
4.3.1.1	Alternativas entre fortalezas y oportunidades	42
4.3.1.2	Alternativas entre debilidades y oportunidades	43
4.3.1.3	Alternativas entre fortalezas y amenazas	44
4.3.1.4	Alternativas entre debilidades y amenazas.....	44
4.4	FACTORES INFLUYENTES.....	44
4.4.1	Directos	44
4.4.2	Indirectos	45
4.5	ÁRBOL DE PROBLEMAS.....	46
4.6	DETERMINACIÓN DE PRIORIDADES COMUNICACIONALES	47
4.7	PROPUESTA DE SOLUCIONES.....	49
4.7.1	Posibles soluciones	49
4.7.2	Funciones de la comunicación y su relación con la propuesta de soluciones.....	50

CAPÍTULO 5

5.	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	52
5.1	JUSTIFICACIÓN	52
5.2	OBJETIVOS.....	53
5.3	PÚBLICO OBJETIVO	53
5.4	PROPUESTA	54
5.5	MATRIZ DE COHERENCIA	55
5.6	PLAN DE COMUNICACIÓN	56
5.7	LOS PRODUCTOS	63

5.8	VALIDACIÓN DE LOS PRODUCTOS	66
5.9	CRONOGRAMA DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA	67
5.10	MONITOREO Y EVALUACIÓN	68
5.11	IMPLEMENTACIÓN	69
5.12	RESULTADOS.....	69
5.13	APROBACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.....	70

CAPÍTULO 6

6	RESULTADOS A FUTURO	71
	CONCLUSIONES.....	72
	RECOMENDACIONES	74
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	76
	EGRAFÍAS	76

Índice de gráficas

GRÁFICA 1.....	27
GRÁFICA 2.....	28
GRÁFICA 3.....	29
GRÁFICA 4.....	29
GRÁFICA 5.....	30
GRÁFICA 6.....	31
GRÁFICA 7.....	32
GRÁFICA 8.....	32

Anexos

ANEXO 01 – DESEMPEÑO LABORAL	79
ANEXO 02 – COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA ORGANIZACIONAL.....	80
ANEXO 03 – COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA	81
ANEXO 04 – ENCUESTA DE PERSONAL INTERNO	82
ANEXO 05 – ENCUESTA DE PERSONAL EXTERNO.....	83
ANEXO 06 - CARTA DE AUTORIZACIÓN DE PRÁCTICA.....	84
ANEXO 07 – RESULTADOS DE LA AUTOEVALUACIÓN DEL PERSONAL	85
ANEXO 08 - RESULTADOS DE LA ENCUESTA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA ORGANIZACIONAL	94
ANEXO 09 – RESULTADOS DE LA ENCUESTA ABIERTA DIRIGIDA AL PERSONAL DE LA DIGI	99
ANEXO 10 – RESULTADOS DE LA ENCUESTA COMUNICACIÓN EXTERNA	103
ANEXO 11 – RESULTADOS DE LA ENCUESTA ABIERTA DIRIGIDA A INVESTIGADORES DE DIGI.....	108
ANEXO 12 – GUÍA PARA REUNIONES DE TRABAJO	111
ANEXO 13 – GUÍA INFORMATIVA “SOMOS DIGI”	117
ANEXO 14 – TRIFOLIAR INFORMATIVO	123
ANEXO 15 – FICHA PARA EL BUZÓN DE SUGERENCIAS	125
ANEXO 16 – PLAN DE EVALUACIÓN DIGI.....	126
ANEXO 17 – PLAN DE REDES SOCIALES	135

Resumen

Previo a la investigación realizada en la Dirección General de Investigación –DIGI- se determinó los actores internos y externos, estructura organizacional y el perfil de los trabajadores, estableciéndose que la naturaleza de la organización es impulsar la investigación dentro y fuera de la universidad en tres áreas distintas: **social humanístico, tecnología y salud**. Cuenta con misión, visión, valores y principios establecidos. En la actualidad la DIGI cuenta con alrededor de 40 colaboradores para desempeñar sus actividades.

La investigación se basó en **la teoría de los dos factores** mejor conocida como teoría del enriquecimiento laboral que considera que la satisfacción acompaña al factor motivación; también se utilizó **la jerarquía de necesidades** para establecer la respuesta que tiene el colaborador cuando las necesidades son satisfechas.

En este sentido la metodología aplicada para desarrollar la investigación fue el método mixto, mediante cuestionarios que permitieron conocer el panorama de la organización evaluando la comunicación interna y externa. El tipo de investigación es explicativa, porque a través de principios e inferencias se interpreta una realidad.

Los objetivos generales de la investigación se dividen en: comunicación interna y externa, el primero identifica la interrelación entre los diversos departamentos para lograr una atención eficiente; y el segundo busca explicar al público externo el acceso hacia las diversas herramientas de información que existen en la DIGI.

Los instrumentos utilizados para el establecimiento de las problemáticas son: Encuestas de desempeño laboral, encuestas de comunicación interna y externa organizacional, árbol de problemas y la matriz FODA. Estos instrumentos permitieron conocer que la DIGI realiza pocas evaluaciones al personal, no cuenta con reuniones de trabajo semanales o mensuales, existe insatisfacción en el personal con relación a la inclusión; la retroalimentación no es buena, a su vez también se determinó deficiencia en la comunicación externa por la existencia de dos perfiles de facebook y la ineficiencia en la atención al público.

Otros puntos importantes determinados a través de la investigación en cuanto a su comunicación externa son: actualmente no cuentan con un manual de normas gráficas que rija un formato para realizar las artes gráficas; a su vez se determinó que los documentos como la revista Investigación y Postgrado se socializan a través de la página de internet, también se encontró que los investigadores consideran que pueden haber mejoras en la forma de informar y que el 100% de los investigadores recibe información clara de los procedimientos administrativos.

En el análisis de la comunicación interna es importante señalar que la comunicación es vertical, ascendente y descendente y que los procesos llevan un orden jerárquico, también existe una comunicación horizontal que según los resultados no es del todo efectiva, la comunicación circular se refleja en la DIGI con las actitudes de las personas que influyen en la toma de decisiones. De la misma manera se estableció que los trabajadores consideran que una comunicación en crisis.

Como resultado del diagnóstico se establece una estrategia de comunicación organizacional que tiene como objetivo fortalecer la comunicación interna para mejorar la socialización de la información al público externo, la cual va dirigida al público interno y externo que tiene relación con la DIGI.

Dentro de las propuestas establecidas para la Dirección General de Investigación está: **instrumento de evaluación, la realización de reuniones de trabajo quincenales, una guía informativa “Somos DIGI”, Trifoliar informativo, plan de redes sociales y por último un buzón de sugerencias.** Estas propuestas representarán una inversión de: Q.5,500.00, lo cual se detalla en el plan de comunicación.

Estas propuestas cuentan con un monitoreo y evaluación para lo cual se propone designar un responsable, también se estableció un indicador y un medio de verificación para cada uno de ellas.

A partir de la implementación de estas propuestas se espera una comunicación interna efectiva, mejorar la atención al público, procesos eficientes, mayor número de personas informadas que representará a futuro personal interno motivado y con

mejores relaciones interpersonales, que se reflejará en una imagen positiva del público externo hacia la DIGI.

En este sentido se recomienda que la Dirección capacite al personal que designará con el objetivo de poder mejorar la estrategia comunicacional, a su vez propiciar espacios necesarios para que se lleven a cabo reuniones informativas.

Otro aspecto importante que se recomienda es: impulsar las redes sociales desde lo interno en colaboración con el personal y que los colaboradores de la dirección participen activamente en las actividades propuestas.

Introducción

La comunicación es la acción por la cual los seres humanos transmiten ideas, pensamiento y emociones, su papel es fundamental en las actividades diarias y en el desarrollo de la vida.

Basándose en esta premisa, ¿Qué papel juega una comunicación eficaz en el lugar de trabajo? Si la relación interpersonal deriva de una buena comunicación puede marcar una diferencia trascendental. El comunicador comprende que si existe una comunicación efectiva, el trabajo fluye y mejora.

La Dirección General de Investigación de la Universidad de San Carlos contribuye a la sociedad guatemalteca impulsando las investigaciones sociales, siendo un ente que busca la mejora de la población; es importante que se tome en consideración su buen funcionamiento basado en una buena comunicación. La Dirección General de Investigación es el órgano coordinador del Sistema de Investigación, y su finalidad es la ejecución de las directrices proporcionadas por el Consejo Coordinador e Impulsor de la Investigación, así como coordinar la investigación a través de los Programas Universitarios y la Cooperación Nacional e Internacional. (Guatemala, Transparencia DIGI, 2010)

La investigación se realizó debido a que se consideró que podía existir mala comunicación, mala atención al público y poca difusión de la información que contiene la DIGI; dentro de esta misma problemática podrían contribuir factores como insatisfacción del personal y pocas evaluaciones.

La importancia de realizar el estudio en esta organización radica en el papel fundamental que desempeña como ente encargado de la investigación y difusión de resultados.

La investigación se realizó en la Ciudad Universitaria zona 12, Edificio S11 tercer nivel, en el período comprendido de mayo a octubre del año 2015,

Capítulo 1

1. Diagnóstico situacional

1.1 Ubicación geográfica:

Ciudad Universitaria zona 12, Edificio S11, 3er nivel Dirección General de Investigación. Se encuentra a la par de los Edificios S9, S10, S12 que albergan a estudiantes de Económicas y Derecho; a su alrededor también se encuentran ventas de comida, ropa y cosméticos.

1.2 Naturaleza de la empresa o de la organización:

Apoyar e impulsar las investigaciones dentro y fuera de la Universidad en tres distintas áreas: Social Humanístico, Tecnológica y Salud.

1.3 Misión, visión, valores y principios

Misión:

Es el órgano coordinador del Sistema de Investigación que administra y optimiza los recursos destinados a la investigación científica en la Universidad de San Carlos de Guatemala, así como, promueve, coordina la investigación científica a través de los programas universitarios creados para el efecto, y coadyuva al desarrollo nacional de manera integral a través de la generación y aplicación del conocimiento científico.

Visión:

Ser el ente que impulse la solución de problemas nacionales a través de la generación del conocimiento científico, mediante la vinculación con todos los sectores de la sociedad y la promoción de la ciencia y la tecnología.

Objetivos:

Los objetivos de la Dirección General de Investigación, son los siguientes:

- a. Desarrollar todo tipo de acción que tienda a integrar la investigación con la docencia y la extensión.
- b. Promover acciones que tiendan a difundir amplia, oportuna y adecuadamente los resultados de la investigación.
- c. Coordinar la investigación con los centros, institutos, departamentos o coordinaciones, como elementos del Subsistema Operativo, para que esencialmente:
 - I. Prioricen los problemas a investigar;
 - II. Fortalezcan el proceso enseñanza-aprendizaje.
 - III. Estudien permanentemente los problemas nacionales, para ofrecer soluciones viables a los mismos.
- d. Preparar el presupuesto anual del Sistema de Investigación, para elevarlo a consideración y aprobación del Consejo Superior Universitario.
- e. Convocar al Consejo Coordinador e Impulsor de la Investigación, por lo menos dos veces por mes, para realizar reuniones de trabajo.
- f. Ejecutar las directrices que determine el Consejo Coordinador e Impulsor de la Investigación.
- g. Promover acciones destinadas a lograr el adecuado funcionamiento de los Programas Universitarios de Investigación.
- h. Aprovechar el potencial universitario en investigación, para vincularlo con instituciones u organismos, tanto nacionales como internacionales. (Guatemala, Transparencia DIGI, 2010)

1.4 Principales actividades:

Las funciones de la Dirección General de Investigación, son las siguientes:

- a. Establecer canales de comunicación y coordinación con los centros, institutos y departamentos o coordinaciones de investigación.
- b. Ejecutar las disposiciones de Consejo Coordinador e Impulsor de la Investigación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- c. Coordinar la evaluación de proyectos de investigación para su financiamiento.
- d. Dar seguimiento a los proyectos financiados de la investigación.
- e. Gestionar recursos para el desarrollo de la investigación.
- f. Promover la formación de recursos humanos en investigación.
- g. Difundir y publicar los resultados de la investigación. (Guatemala, Transparencia DIGI, 2010)

1.5 Actores internos y externos

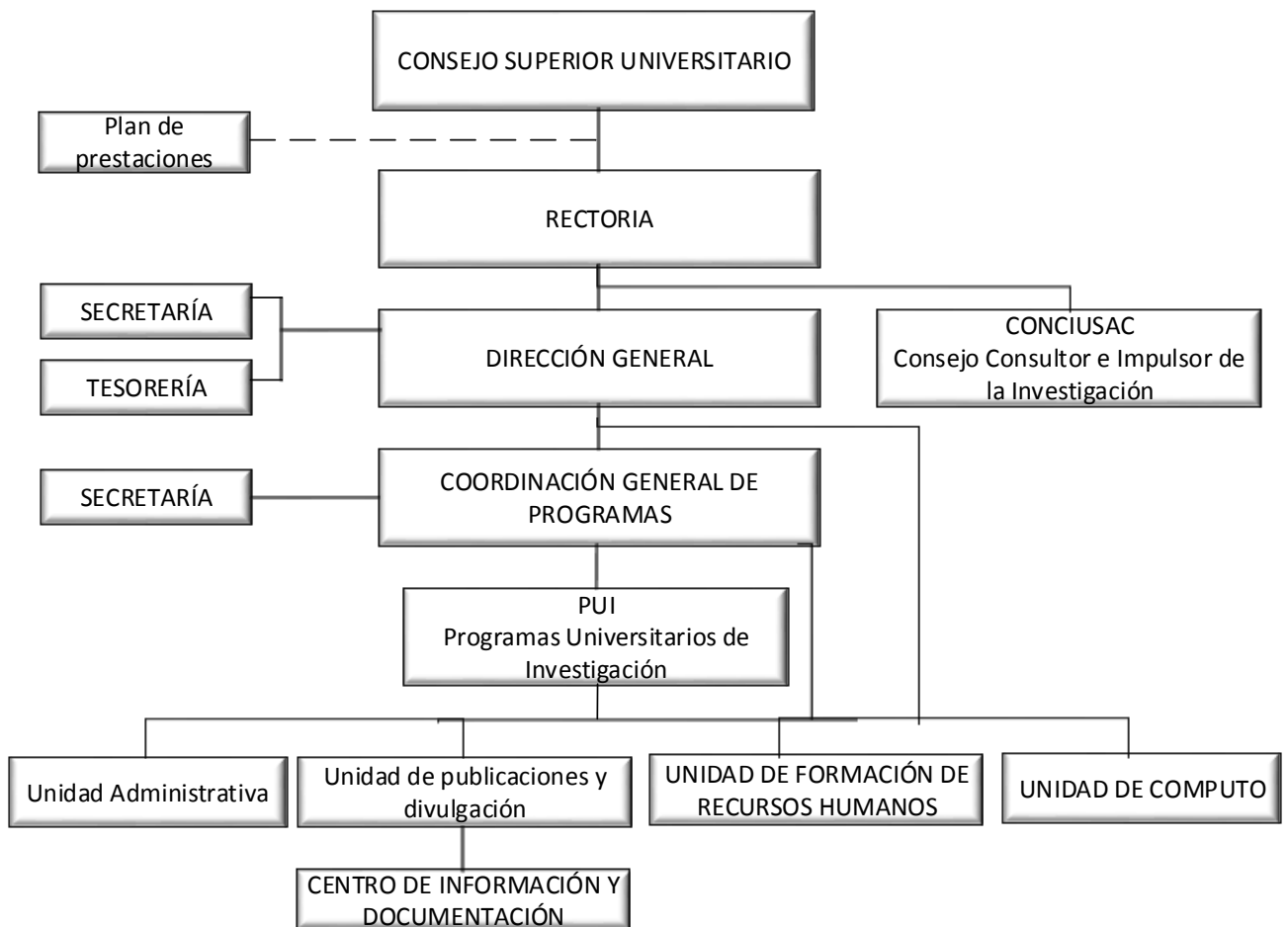
Actores internos:

- a. Consejo Superior Universitario
- b. Rectoría
- c. Consejo Coordinador e Impulsor de la Investigación –CONCIUSAC-
- d. Dirección General de Investigación
- e. Fondo de Investigación
- f. Coordinación General de Programas
- g. Coordinación del Programa Universitario de Investigación de Ciencias Básicas –PUICB-
 - o Comisión Coordinadora
 - o Asesores y organizaciones externas
- h. Coordinadores de Proyectos y Equipos de Investigación (Básicas, 2008)

Actores Externos:

- a. Investigadores
- b. Visitantes
- c. Estudiantes
- d. Comisión de investigación
- e. Departamento de investigación
- f. Direcciones de investigación
- g. Profesionales

1.6 Organigrama



(Básicas, 2008)

1.7 Perfil de los trabajadores

Debido a la naturaleza de la organización, los trabajadores son multidisciplinarios; la atención debe de ser completa hacia el investigador y para el público en general que visita las áreas. Cuentan con personal especializado en cada área. El personal es reclutado a través de la Unidad de Personal que se encuentra en el área de Rectoría.

En el manual de clasificación de puestos de la Universidad de San Carlos de Guatemala se presenta la diversidad de plazas que pueden existir en el Fondo de Investigación, a continuación se describe cada una de ellas.

Se presenta de la siguiente manera: **Índice alfabético de puestos. Código título del puesto. Página orden = 04.15.15**

- 04.15.15 **Auxiliar de Tesorero I**
 - I. NATURALEZA DEL PUESTO: Trabajo técnico que consiste en ejecutar diversas tareas auxiliares de tesorería y/o ser responsable de las actividades de tesorería en una dependencia de pequeña magnitud.
 - II. REQUISITOS DE FORMACIÓN Y EXPERIENCIA:
 - a. Personal Externo Perito Contador, con conocimientos de computación y Legislación Fiscal y un año en labores inherentes al área contable.
 - b. Personal Interno Título de nivel medio con conocimientos de computación y Legislación Fiscal y dos años en labores relacionadas con el área contable.

- 04.15.16 **Auxiliar de Tesorero II**
 - I. NATURALEZA DEL PUESTO: Trabajo técnico que consiste en ejecutar diversas tareas auxiliares de cierta complejidad de tesorería, o bien ser responsable de las actividades de tesorería en una dependencia de mediana magnitud.
 - II. REQUISITOS DE FORMACIÓN Y EXPERIENCIA:
 - a. Personal Externo Perito Contador, acreditar dos años de estudios universitarios en una carrera de Ciencias Económicas y dos años en puestos con funciones, deberes y responsabilidades similares.
 - b. Personal Interno Perito Contador, acreditar un año de estudios universitarios en una carrera de Ciencias Económicas y tres años como Auxiliar de Tesorero I.

- 04.15.17 **Auxiliar de Tesorero III**
 - I. NATURALEZA DEL PUESTO: Trabajo técnico que consiste en ejecutar diversas tareas auxiliares complejas de tesorería, o bien ser responsable de las actividades de tesorería en una dependencia de gran magnitud.
 - II. REQUISITOS DE FORMACIÓN Y EXPERIENCIA:
 - a. Personal Externo Tercer año de estudios universitarios en la carrera de Contador Público y Auditor o Profesorado Económico Contable egresado de la Escuela de Formación de Profesores de Enseñanza Media y dos años en puestos con funciones, deberes y responsabilidades similares.
 - b. Personal Interno Segundo año de estudios universitarios en carrera de Ciencias Económicas y tres años como Auxiliar de Tesorero II.

- 10.05.26 **Diagramador**
 - I. NATURALEZA DEL PUESTO: Trabajo técnico que consiste en diagramar el contenido de publicaciones y otros materiales de lectura de la Universidad para su impresión tipográfica.
 - II. REQUISITOS DE FORMACIÓN Y EXPERIENCIA:
 - a. Personal Externo: Tres años de una carrera universitaria de Ingeniería, Arquitectura o Ciencias de la Comunicación, conocimientos de artes gráficas, diagramación y computación y dos años en trabajos afines al puesto.
 - b. Personal Interno: Un año de estudios universitarios, conocimiento en artes gráficas, diagramación y computación y tres años en trabajos afines al puesto.

- 08.05.36 **Director General de Investigación Científica**
 - I. NATURALEZA DEL PUESTO: Trabajo de decisión superior que consiste en planificar, organizar, coordinar, dirigir y supervisar actividades técnicas y administrativas de la Dirección General, encargada de realizar investigaciones que coadyuven al desarrollo científico, fines, propósitos y programas de la Universidad.
 - II. REQUISITOS DE FORMACIÓN Y EXPERIENCIA: Maestría en el campo que requiera el puesto y seis años en trabajos de investigación, que incluya supervisión de recurso humano. Ser colegiado activo.

- 06.25.26 **Encargado de Encuadernación**
 - I. NATURALEZA DEL PUESTO: Trabajo de servicio que consiste en programar, coordinar, supervisar y ejecutar

labores en una unidad de encuadernación de materiales impresos.

II. REQUISITOS DE FORMACIÓN Y EXPERIENCIA:

a. Personal Externo: Bachiller Industrial y Perito en Artes Gráficas y tres años en trabajos de encuadernación compleja, que incluya supervisión de recurso humano.

b. Personal Interno: Tercer año básico, capacitación en artes gráficas y cuatro años en trabajos de encuadernación compleja, que incluya supervisión de recurso humano.

• 04.20.66 **Encargado de Compras Locales**

I. NATURALEZA DEL PUESTO: Trabajo de oficina que consiste en coordinar y supervisar la ejecución de compras de mobiliario, equipo de oficina, vehículos, materiales y suministros en el mercado local de proveedores solicitados por las distintas dependencias de la Universidad.

II. REQUISITOS DE FORMACIÓN Y EXPERIENCIA:

a. Personal Externo: Tercer año en una de las carreras de Ciencias Económicas o Ciencias Jurídicas y Sociales, conocimientos sobre legislación de compras y licitaciones y tres años en la realización y/o supervisión de trámites de compras en gran escala, locales y de importaciones.

b. Personal Interno: Dos años de estudios universitarios en una carrera afín al puesto y cuatro años como Auxiliar de Importaciones o Auxiliar de Compras y Suministros.

- 14.15.16 **Mensajero I**
 - I. NATURALEZA DEL PUESTO: Trabajo de servicio que consiste en distribuir correspondencia y otros documentos en su dependencia y en otras situadas dentro del campus de la Ciudad Universitaria.
 - II. REQUISITOS DE FORMACIÓN Y EXPERIENCIA:
 - a. Personal Externo: Primaria completa, conocimientos de mensajería y un año en la ejecución de tareas relacionadas con el puesto.
 - b. Personal Interno: Primaria completa y dos años como Auxiliar de Servicios I.

- 14.15.17 **Mensajero II**
 - I. NATURALEZA DEL PUESTO: Trabajo de servicio que consiste en distribuir correspondencia y otros documentos dentro y fuera de la Ciudad Universitaria, según instrucciones recibidas.
 - II. REQUISITOS DE FORMACIÓN Y EXPERIENCIA:
 - a. Personal Externo Segundo año básico, licencia para conducir motocicleta y/o vehículo automotriz, según lo requiera la dependencia y un año en la ejecución de tareas relacionadas con mensajería.
 - b. Personal Interno Primaria: completa, licencia para conducir motocicleta y/o vehículo automotriz, según lo requiera la dependencia y dos años como Mensajero I.

- 12.05.56 **Oficinista I**
 - I. NATURALEZA DEL PUESTO: Trabajo de oficina que consiste en realizar diversas tareas mecanográficas

rutinarias y repetitivas, así como ejecutar otras labores auxiliares de apoyo en el proceso de trámites administrativos y/o académicos.

II. REQUISITOS DE FORMACIÓN Y EXPERIENCIA:

a. Personal Externo: Título de nivel medio, conocimientos de computación y un año en ejecución de labores de oficina afines al puesto.

b. Personal Interno: Título de nivel medio, conocimientos de computación y seis meses en ejecución de labores de oficina.

• 12.05.57 **Oficinista II**

I. NATURALEZA DEL PUESTO: Trabajo de oficina que consiste en realizar tareas auxiliares variadas y de alguna dificultad, en apoyo a la administración, docencia, investigación y extensión.

II. REQUISITOS DE FORMACIÓN Y EXPERIENCIA:

a. Personal Externo: Título de nivel medio, conocimientos de computación y dos años como Oficinista o Secretaria.

b. Personal Interno: Título de nivel medio, conocimientos de computación y un año como Oficinista I o Secretaria I.

• 12.05.58 **Oficinista III**

I. NATURALEZA DEL PUESTO: Trabajo de oficina que consiste en dirigir y ejecutar trámites administrativos, académicos y legales y/o tareas variadas y complejas que requieren experiencia y conocimiento en un área específica.

- II. REQUISITOS DE FORMACIÓN Y EXPERIENCIA:
 - a. Personal Externo: Título de nivel medio, conocimientos de computación y tres años en la ejecución de trabajo de oficina, que incluya trámites administrativos.
 - b. Personal Interno: Título de nivel medio, conocimientos de computación y dos años como Oficinista II o Secretaria II.

- 12.05.16 **Secretaria I**

- I. NATURALEZA DEL PUESTO: Trabajo de oficina que consiste en realizar tareas secretariales de alguna variedad y dificultad en una unidad pequeña o auxiliar a una secretaria de mayor jerarquía. Sigue instrucciones precisas, debe mantener relaciones cordiales con el público y observar buena presentación.
- II. REQUISITOS DE FORMACIÓN Y EXPERIENCIA:
 - a. Personal Externo Secretaria Bilingüe, Secretaria Comercial y Oficinista u otra carrera afín al campo secretarial, conocimientos básicos de computación y un año en la ejecución de labores de oficina.
 - b. Personal Interno Secretaria Bilingüe, Secretaria Comercial y Oficinista u otra carrera afín al campo secretarial, conocimientos básicos de computación y seis meses en la ejecución de labores de oficina.

- 12.05.17 **Secretaria II**

- I. NATURALEZA DEL PUESTO: Trabajo de oficina que consiste en realizar tareas secretariales de variedad y dificultad en apoyo a un jefe de oficina en una facultad, escuela no facultativa u otra dependencia de similar

jerarquía. Conoce la organización y funciones de la dependencia. Guarda discreción sobre asuntos de confianza, mantiene buenas relaciones con el público y observa buena presentación.

II. REQUISITOS DE FORMACIÓN Y EXPERIENCIA:

- a. Personal Externo Secretaria Bilingüe, Secretaria Comercial y Oficinista u otra carrera afín al campo secretarial, conocimientos de computación y dos años en la ejecución de tareas secretariales.
- b. Personal Interno Secretaria Bilingüe, Secretaria Comercial y Oficinista u otra carrera afín al campo secretarial, conocimientos de computación y un año como Oficinista I o Secretaria I.

• 12.05.18 **Secretaria III**

- I. NATURALEZA DEL PUESTO: Trabajo de oficina que consiste en realizar tareas secretariales de variedad y dificultad en apoyo a un jefe de departamento, dirección de escuela facultativa, secretaría adjunta, dirección de centro regional u otra dependencia de similar jerarquía. Labora con alguna independencia, sigue instrucciones generales, aplica su criterio para resolver problemas de trabajo de acuerdo con las normas generales y prácticas establecidas en la dependencia, guarda discreción sobre asuntos que le confíen, mantiene buenas relaciones con el público y observa buena presentación.

- II. REQUISITOS DE FORMACIÓN Y EXPERIENCIA:
 - a. Personal Externo Secretaria Bilingüe, Secretaria Comercial y Oficinista u otra carrera afín al campo secretarial, conocimientos de computación y tres años en la ejecución de trabajos secretariales.
 - b. Personal Interno Secretaria Bilingüe, Secretaria Comercial y Oficinista u otra carrera afín al campo secretarial, conocimientos de computación y dos años en la ejecución de trabajos secretariales o como Secretaria II.

- 12.05.19 **Secretaria IV**

- I. NATURALEZA DEL PUESTO: Trabajo de oficina de alta responsabilidad y precisión, de completa discreción y alto grado de iniciativa para ejecutar tareas de apoyo a un superior responsable de la dirección de una escuela no facultativa, subdirección, división o dependencia de similar jerarquía.

Labora con considerable independencia, siguiendo instrucciones de carácter general, requiere de amplio criterio para resolver problemas de trabajo, guarda discreción sobre asuntos de confianza, mantiene buenas relaciones con el público y observa buena presentación.

- II. REQUISITOS DE FORMACIÓN Y EXPERIENCIA:
 - a. Personal Externo Secretaria Bilingüe, Secretaria Comercial y Oficinista u otra carrera afín al campo secretarial, amplios conocimientos de computación y tres años en la ejecución de trabajos secretariales, que incluya supervisión de recurso humano.

- b. Personal Interno Secretaria Bilingüe, Secretaria Comercial y Oficinista u otra carrera afín al campo secretarial, amplios conocimientos de computación y dos años en la ejecución de trabajos secretariales, que incluya supervisión de recurso humano o como Secretaria III. (Guatemala, Manual de Clasificación de Puestos, 2002)

Capítulo 2

2.1 Fundamentos epistemológicos

La teoría de los dos factores

O mejor conocida como la teoría de enriquecimiento laboral, en esta se considera que la satisfacción acompaña al factor motivación, ayuda a aumentar la responsabilidad y recepción en el trabajo.

Es aplicable a la Dirección General de Investigación porque existen varios factores de higiene¹, que no son completamente satisfechos, entre ellos:

- Sueldo y beneficios
- Relaciones con los compañeros de trabajo
- Ambiente físico
- Supervisión
- Seguridad laboral
- Crecimiento laboral

La deficiencia en los factores de higiene en la DIGI se ve reflejada en la insatisfacción, el desarrollo del trabajo, las actitudes laborales, mala comunicación y mala atención al público externo.

El bienestar del trabajador debe de ir empatado con la motivación y la satisfacción; se pueden presentar casos en los cuales exista satisfacción laboral pero, no se llenen las expectativas de los factores de higiene.

Las necesidades de higiene (Sigma, 2015), son necesarias por naturaleza, es parte de lo que el ser humano necesita para desarrollarse y crecer. Así también se considera que algunos factores de motivación pueden ser enriquecidos:

¹ Cuando se habla de factores de higiene, se refiere a los factores que están fuera del control de las personas, se sitúan en el ambiente externo.

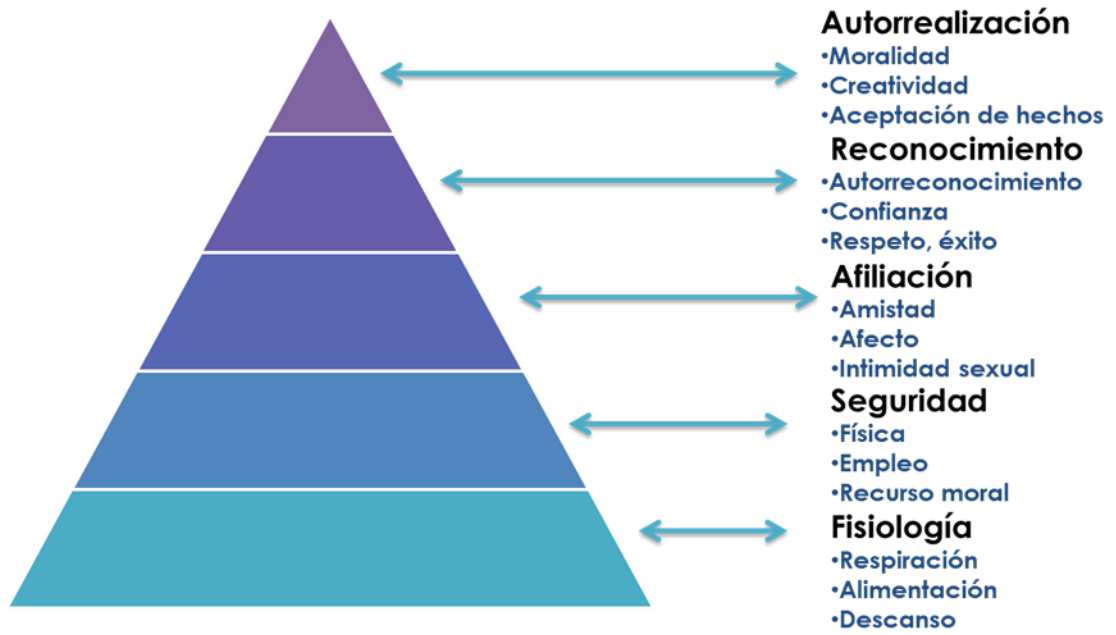
- Logros
- Reconocimiento laboral
- Independencia
- Responsabilidad
- Promoción

A pesar de que el trabajador universitario posee beneficios en temas de sueldo, horarios, asuetos y feriados, además de contar con un sindicato; puede considerar el aspecto de promoción de plazas, reconocimiento laboral y de logros que cada uno alcance. Esto beneficiaría a la población trabajadora y daría como resultado mejor atención, información, retroalimentación y socialización para el visitante y trabajador externo.

Jerarquía de las necesidades

El ser humano responde con base a necesidades, se considera que en la Dirección General de Investigación no se suplen estas necesidades. La pirámide de Maslow plantea que si se llena cada una de las necesidades desde su parte fisiológica, de seguridad, afiliación y reconocimiento; el ser humano puede llegar al culmen y finalmente auto realizarse en todos los aspectos de su vida.

En la vida laboral los empleados de una organización si se sienten seguros en cuanto a su situación laboral, dejarán de preocuparse por el sueldo y aspirarán a otros temas, esta pirámide representa parte de las necesidades que deben de ser tomadas en cuenta en la Dirección General de Investigación.



Pirámide de las necesidades

Capítulo 3

3. Metodología

3.1 Método

Método

Se utilizó un método inductivo, se recabó información a través de cuestionarios que permitieron conocer el panorama de la organización y evaluar la comunicación interna y externa.

3.2 Tipo de investigación

El tipo de investigación es explicativa, porque a través de principios, inferencias, descubrimientos y afirmaciones se interpreta una realidad. Contiene un conjunto de definiciones y suposiciones relacionados entre sí que deben de ser coherentes con el tema de estudio.

3.3 Planteamiento del Problema

La Dirección General de Investigación es el ente que se encarga de impulsar y dirigir las investigaciones que se realizan en la USAC. Su importancia reside en que cada una de las investigaciones se realiza para aportar elementos positivos a la población. Sin embargo, se considera que la información que posee la DIGI no es conocida por la población; así también se cree que existe desmotivación en el personal y esto da como resultado una mala atención al público; a su vez se considera que no hay una retroalimentación positiva y los procesos son más tardados. Se supone que los problemas provienen de la falta de comunicación entre las unidades que la conforman.

3.4 Objetivos

- **Comunicación Interna**

General:

Identificar la interrelación entre los diversos departamentos para lograr una atención eficiente y más directa hacia los investigadores.

Específicos:

- Determinar la existencia de comunicación en crisis.
- Presentar propuestas de acciones de comunicación interna y externa para la Dirección de la DIGI con base a los resultados obtenidos del diagnóstico.

- **Comunicación Externa**

Objetivo General:

Explicar al público externo (investigadores) el acceso hacia las diversas herramientas de información que existen en la Dirección General de Investigación.

Objetivos Específicos:

- Identificar los medios existentes para comunicar e informar al investigador.
- Determinar la eficiencia de los canales de comunicación externa.

3.5 Instrumentos:

Se utilizaron instrumentos de recolección de datos como reuniones, entrevistas, encuestas, observación, etc. (Cortez, 2015), tales como:

- **Reuniones**

Se realizaron reuniones por departamento, el grupo objetivo fueron los trabajadores. Se manejaron a través de agendas que se basaron en los distintos procesos que se realizan. Permitió conocer a fondo problemas cotidianos.

- **Entrevistas**

Se entrevistó a 20 personas. Las entrevistas se realizaron por oficina, se resolvieron dudas que se presentaron en las personas entrevistadas. Las oficinas en las que se realizaron las entrevistas fueron:

1. Coordinación de Programas
2. Secretaría de Programas
3. Publicaciones
4. Divulgación
5. Tesorería DIGI
6. Tesorería Fondo de Investigación
7. Biblioteca
8. Fondo de Investigación
9. Informática
10. CINDIGI (Centro de Información y Documentación)
11. CATI-DIGI (Centro de Apoyo a la Tecnología e Innovación)
12. Imprenta
13. Auditoría
14. Departamento Personal

- **Encuestas**

Las encuestas se realizaron de manera escrita, lo cual ayudó a identificar la problemática comunicacional actual. Además por medio de ellas se recabaron datos sobre la atención que reciben los visitantes y reflejó algunas soluciones para tomar en cuenta.

- **Observación**

Permitió conocer los procesos que se realizan en cada área; además que por medio de esta técnica se lograron identificar problemas de comunicación externa que no se presentaron en las encuestas.

3.6 Técnicas:

Para realizar el diagnóstico, se crearon, diseñaron y aplicaron las siguientes técnicas:

- **01 Encuesta de Desempeño Laboral**

Se realizó con la finalidad de medir de qué manera se califican los trabajadores en el ambiente laboral. Consta de 3 áreas: Desempeño laboral, factor humano/actitudes y habilidades. La encuesta permite calificarse en un rango del **1. Malo, 2. Regular, 3. Bueno, 4. Muy bueno, 5. Excelente.**

- **02 Encuesta de Comunicación Interna y Externa Organizacional**

Se realizó con la finalidad de que los trabajadores calificaran cómo se encuentra la comunicación dentro de la DIGI; por medio de la calificación se desea constatar la comunicación informal negativa influye en el trabajo que se realiza. Permite que la calificación sea en un rango de **1. Malo, 2. Regular, 3. Bueno, 4. Muy bueno, 5. Excelente.**

- **03 Encuesta de Comunicación Interna y Externa**

La finalidad de la encuesta era conocer como el investigador recibía la información de parte de las oficinas de la DIGI. Por medio de la calificación se desea conocer si existen problemas de socialización a nivel externo. Permite que la calificación sea en un rango de **1. Malo, 2. Regular, 3. Bueno, 4. Muy bueno, 5. Excelente.**

- **04 Encuesta abierta para personal interno**

Se observó la necesidad de realizar una encuesta abierta que permitiera que los trabajadores se expresaran sobre lo que pensaban de la DIGI y de su funcionamiento en cuanto a temas comunicacionales.

El objetivo primordial de esta encuesta es indagar las necesidades comunicacionales que existen en la DIGI. Las respuestas deben de ser respondidas con **sí o no y el porqué.**

- **05 Encuesta abierta para personal externo**

La DIGI es visitada constantemente por personal externo. Se consideró necesario realizar una encuesta dirigida a este grupo en particular para recabar datos sobre la atención prestada y sugerencias de cómo puede mejorarse. Las respuestas deben ser respondidas con **sí o no y el porqué.**

- **06 Árbol de Problemas**

El principal objetivo es recabar datos a través de las encuestas y entrevistas, para identificar los problemas, las causas, y las posibles soluciones. Se realizó de la siguiente manera:

- a. Se realizaron las encuestas y a través de ellas se logró identificar los problemas principales en tema de comunicación que afectan a la DIGI.
- b. A través de las entrevistas se lograron identificar las consecuencias.
- c. Las causas fueron colocadas en la parte de las raíces del árbol, los problemas en la parte de en medio y finalmente en la copa se colocaron las consecuencias de los mismos.
- d. Permitió establecer la problemática comunicacional principal que afecta a la DIGI.

- **07 FODA**

Se construyó con base en la información recabada a través de la observación, encuestas y entrevistas. En ellas también se reflejaron las Fortalezas, Debilidades, Amenazas y Oportunidades. Se procedió a colocar cada una en donde pertenece y posterior se realizó un cruce entre Fortalezas y Oportunidades; Debilidades y Oportunidades; Fortalezas y Amenazas, y Debilidades y Amenazas.

Para realizar el diagnóstico se utilizaron fuentes primarias y secundarias que se indican a continuación:

- a. Primarias: Trabajadores
- b. Secundarias: Investigadores

3.7 Población

La población de la DIGI consta de 40 trabajadores, 56 investigadores y 16 integrantes de CONCIUSAC.

3.8 Muestra

La muestra se determinó con base en el método del muestreo intencional o de conveniencia, en donde se determina utilizar como muestra los individuos a los que se tienen fácil acceso.

Este tipo de muestreo fue utilizado en la DIGI debido a que se dio acceso a realizar cuestionarios a todo el personal. Sin embargo, por la carga laboral se estableció encuestar al personal que quisiera participar.

Se tuvo una muestra de 30 personas a las cuales se les encuestó de la siguiente manera:

- 10 personas del cuestionario 1,
- 10 personas del cuestionario 2,
- 10 personas del cuestionario 3.

Los cuestionarios fueron trasladados de manera aleatoria, es decir, al azar.

Se utilizó la misma metodología con los investigadores, con la variante que se utilizó una muestra de 10 personas.

También se realizaron encuestas a los investigadores de Consejo Coordinador e Impulsor de la Investigación –CONCIUSAC- , utilizando una muestra de 8 personas.

3.9 Procedimiento

El proceso de esta investigación inicio con la observación de las actividades que se realizan en la Dirección General de Investigación –DIGI-, a partir de esto se logró identificar el problema, a la vez explorarlo y analizar los datos, posteriormente se realizó un trabajo de campo y finalmente se propuso una muestra que dio paso a una revisión y propuesta de trabajo. Ha sido un proceso flexible y deductivo.

3.10 Análisis de la información

La matriz fue trabajada en Excel. Se realizó por pregunta y encuesta, y de esta misma manera se establecieron las gráficas. Para el análisis se utilizó una matriz que permitió examinar los resultados de manera mixta. Se trató de homogenizar las respuestas para verificar los problemas constantes y los que resaltaban más. Además, la matriz permitió llegar a conclusiones sobre las posibles soluciones a los problemas encontrados.

Capítulo 4

4. Diagnóstico Comunicacional

La comunicación está presente en todo ámbito, los seres humanos tienen la firme necesidad de comunicarse e informarse entre sí. La retroalimentación es parte del proceso que se necesita de comunicación, análisis y toma de decisiones.

El trabajo depende de la comunicación. Una entidad como la DIGI necesita que exista comunicación para que sea eficiente y eficaz, además debe fluir para que las investigaciones se lleven a cabo de manera concreta. También es necesario identificar las formas de divulgación y la manera en que las ubica la población que visita las instalaciones de la DIGI para promover las investigaciones de manera correcta.

Pero, si la comunicación interna funciona, entonces la comunicación externa funcionará de manera aún más productiva. El funcionamiento de cualquier dirección de manera eficaz creará buenos medios externos para llevar a cabo las actividades de forma segura y clara.

No existe comunicación externa si no una interna; van de la mano y una depende de la otra para realizar los procesos concretos y positivos. Es un ente que se encarga de la investigación, pero no puede dejarse de lado la importancia que tiene la socialización cuando es en beneficio de los trabajadores y la población. Es importante informar y retroalimentar para aprender y finalmente realizar un proceso determinado de manera clara y eficaz.

4.1 Análisis de comunicación interna

“La comunicación interna es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir al trabajador, nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido. No olvidemos que las empresas son lo que son sus equipos humanos, por ello, motivar es mejorar resultados” (Financieros, 2015)

En la DIGI existe una dinámica comunicacional horizontal, todas las unidades pueden acercarse a las demás para suplir dudas y arreglar problemáticas, sin embargo se presentan ocasiones en las que existen variantes que impiden la comunicación vertical ascendente. Se realizó el análisis con base a la comunicación horizontal.

4.1.1 Vertical descendente y ascendente

En la Dirección General de Investigación existe una comunicación vertical ascendente y descendente, a través de reuniones convocadas por notas, memorándums, circulares y correos electrónicos; sin embargo, esta se ve afectada o interrumpida por la comunicación informal (modernos).

Los procesos llevan un orden jerárquico. Es el Director quien decide la mayor parte de procesos y es quien tiene la potestad de cambiar las normativas; existe también un grupo de coordinadores que manejan una comunicación informal, respetando el orden jerárquico pero que tienen más acceso a audiencias con la Dirección. La retroalimentación se hace a través de circulares, oficios o reuniones personales.

Los principales medios de comunicación interna son:

- Memos
- Circulares
- Correos electrónicos

- Providencias
- Actas
- Notas
- Teléfono
- Página de la DIGI

4.1.2 Horizontal

Según los resultados del instrumento, existe una comunicación horizontal, sin embargo, no es del todo efectiva. El trabajo se realiza de manera conjunta, pero no están de acuerdo con los procesos. Como se observa en la gráfica uno el 100% de los encuestados opinó que puede mejorar la comunicación interna horizontal dentro de la DIGI.

Gráfica 1 - Comunicación Interna



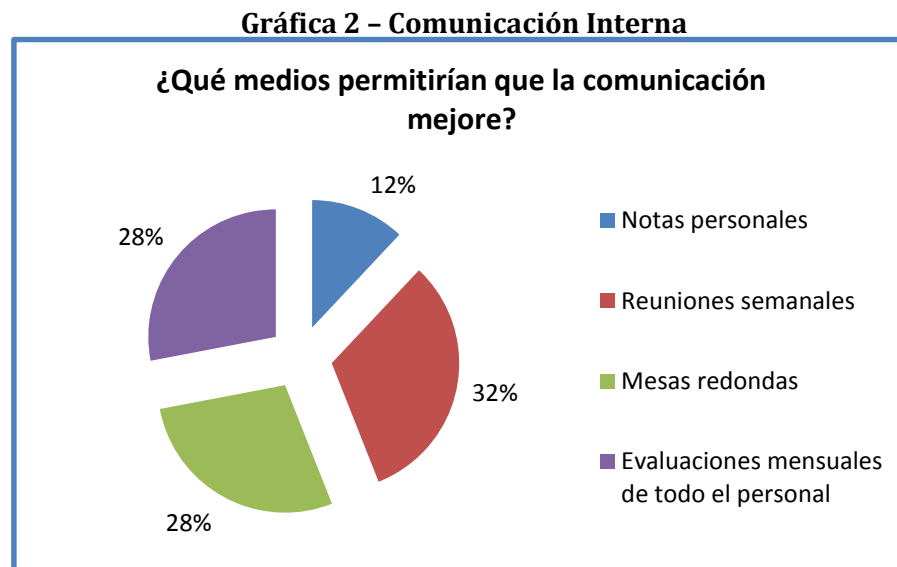
Fuente: Elaboración propia en el marco del diagnóstico de comunicacional de la DIGI. Guatemala 2015

4.1.3 Circular

La comunicación circular se refiere a la comunicación recíproca entre las personas. Una persona tiene influencia en la conducta de la otra. (Yucatán, 2015)

Mediante la observación se logró establecer que existe comunicación circular. La actitud de una persona sí influye en la otra. La toma de decisiones se hace con base en reacciones de los compañeros de trabajo.

Los trabajadores expresaron a través de las encuestas que para que la comunicación pueda mejorar se podrían implementar reuniones semanales, mesas redondas y evaluaciones mensuales esto se puede observar en la gráfica dos. También se identificó la importancia del trato personalizado y humano.



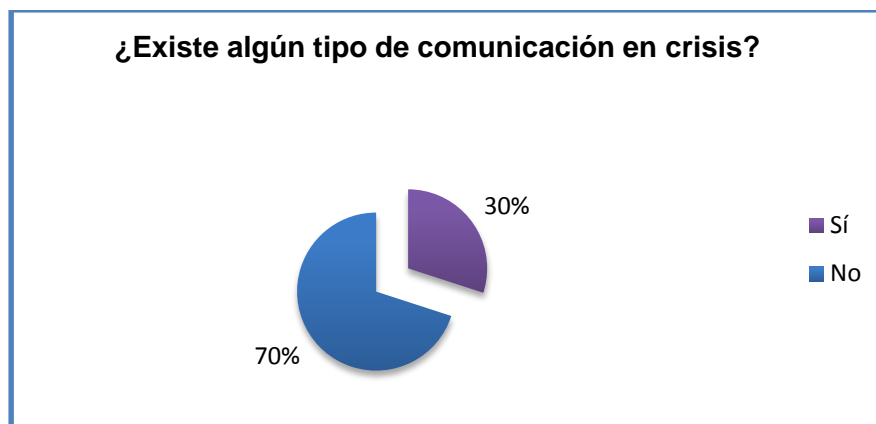
Fuente: Elaboración propia en el marco del diagnóstico comunicacional de la DIGI. Guatemala, 2015

4.1.4 Comunicación en crisis

Se entiende como comunicación en crisis una situación grave que afecta a la figura pública/organización o empresa en alguna de sus funciones. (Ramirez, 2013)

En la gráfica tres, un 30% de los trabajadores encuestados consideran que existe algún tipo de comunicación en crisis, mientras que el otro 70% llegó a la conclusión que no hay problema alguno dentro de las oficinas.

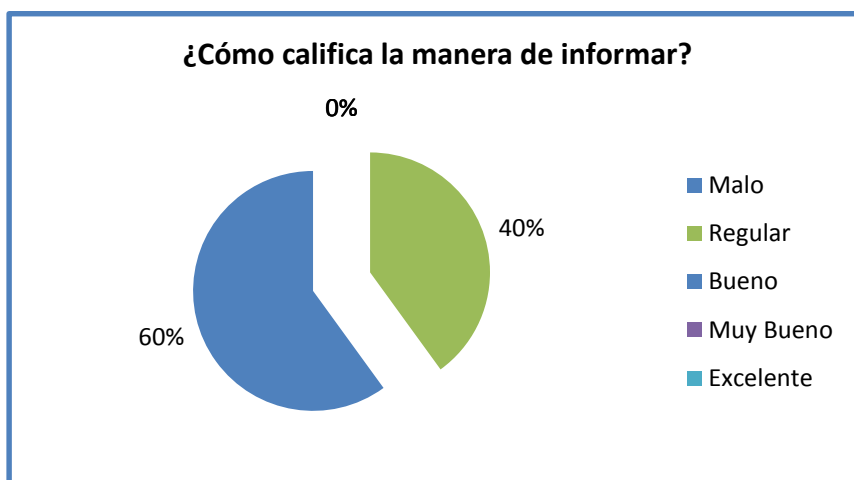
Gráfica 3 –Comunicación Interna



Fuente: Elaboración propia en el marco del diagnóstico comunicacional de la DIGI. Guatemala, 2015

Las encuestas permitieron analizar la comunicación externa, la mayor parte de los investigadores dieron a conocer que reciben buena comunicación e información. Dejó entrever que han recibido buenos tratos y un buen acceso a la información que solicitan. La gráfica cuatro permite observar los resultados.

Gráfica 4 – Comunicación Externa



Fuente: Elaboración propia en el marco del diagnóstico comunicacional de la DIGI. Guatemala, 2015

4.2 Análisis de comunicación externa

En la DIGI se determinó que existen documentos elaborados a partir de insumos que proveen los investigadores, como la revista de INVESTIGACIÓN Y

POSTGRADO, que se socializa a través de la página de internet. Es importante mencionar que el papel del investigador contribuye a la socialización de información que la DIGI desea compartir con la población en general.

Para la DIGI la relación que tenga con sus investigadores es fundamental para completar el proceso de la misma. Realizar de manera correcta todos los pasos de la investigación hará que esta sea aún más fructífera para la población en general.

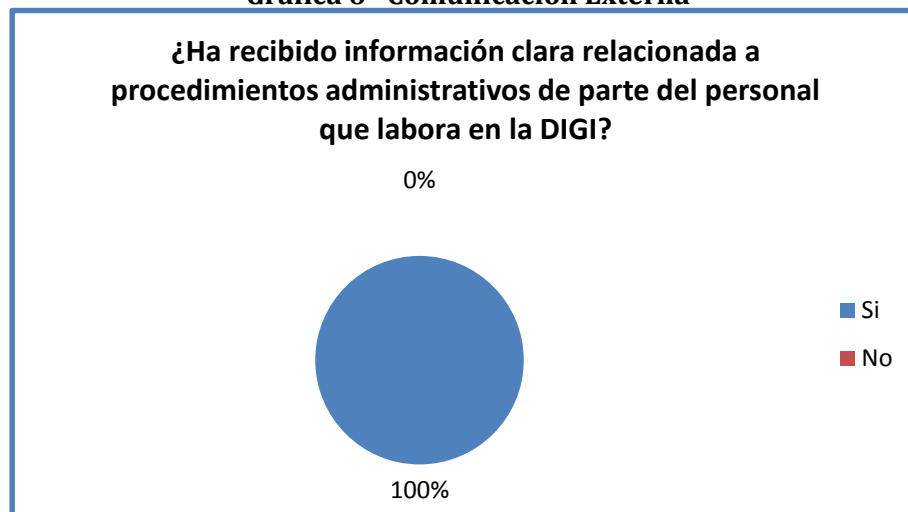
Los investigadores que fueron abordados durante la investigación manifestaron a través de las encuestas que la atención en la DIGI es buena; consideraron también que puede haber mejoras en la manera de informar. Según la gráfica cinco, un 100% considera que la DIGI debe de mejorar su comunicación con las personas que la visitan.

Gráfica 5 – Comunicación Externa



Fuente: Elaboración propia en el marco del diagnóstico comunicacional de la DIGI. Guatemala, 2015

Gráfica 6 –Comunicación Externa



Fuente: Elaboración propia en el marco del diagnóstico comunicacional de la DIGI. Guatemala, 2015

Según la gráfica seis, un 100% de las personas encuestadas recibe información clara sobre los procedimientos administrativos. El personal de la DIGI, en este sentido es eficiente.

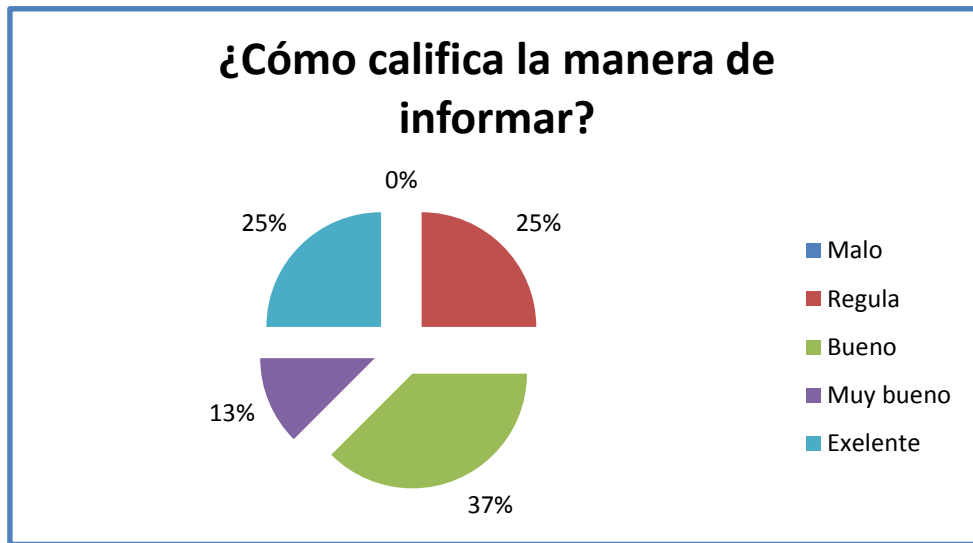
Se debe de tomar esto como base para proponer soluciones, manifiestan recibir toda la información, pero no son atendidos como se debería.

Resultados de encuestas dirigidas a investigadores que conforman Consejo Coordinador e Impulsor de las Investigaciones –CONCIUSAC-

En la gráfica número siete se puede observar que los investigadores de CONCIUSAC califican la manera de informar de la DIGI en un 37% como buena, un 25% la considera excelente, el otro 25% como regular y por último un 13% la califica como muy buena.

Los investigadores que pertenecen a CONCIUSAC se encuentran en diversos puntos del país, y por medio de la encuesta han expresado que cuando solicitan información esta se les brinda de manera concreta y oportuna.

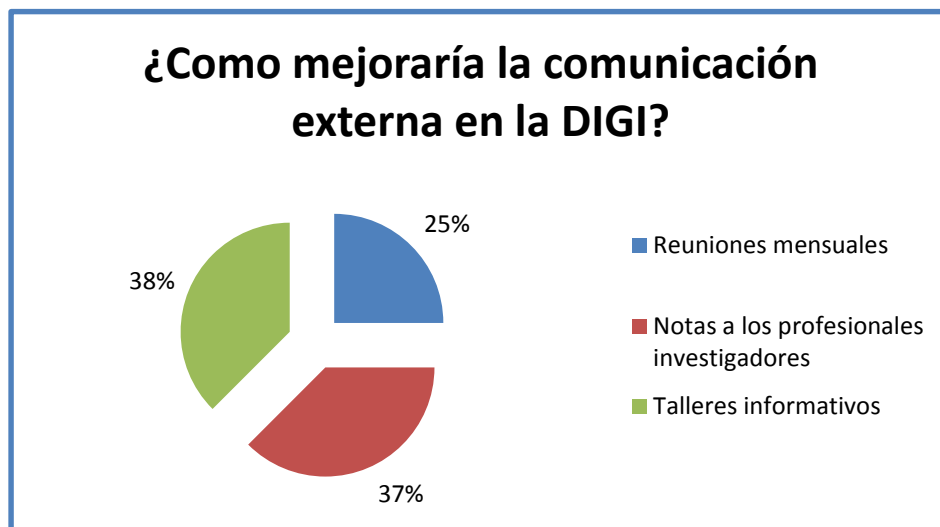
Gráfica 7 –Comunicación Interna y Externa



Fuente: Elaboración propia en el marco del diagnóstico comunicacional de la DIGI. Guatemala, 2015

Los investigadores del CONCIUSAC consideran que para mejorar la comunicación externa en la DIGI se deben desarrollar talleres informativos, seguido por notas a los profesionales y por último reuniones mensuales, esto en un 38%, 37% y 25% respectivamente.

Gráfica 8 –Comunicación Interna y Externa



Fuente: Elaboración propia en el marco del diagnóstico comunicacional de la DIGI. Guatemala, 2015

4.2.1 Usuarios

Los usuarios son investigadores, los integrantes de la Comisión de investigación, Direcciones de Investigación, Profesionales y estudiantes.

Se avocan a la Dirección General de Investigación porque les provee el presupuesto y los medios para poder realizar las investigaciones, además con esta función la DIGI cumple con el precepto “Id y Enseñad a todos” que como ente educador, la Universidad de San Carlos de Guatemala posee.

4.2.2 Instituciones

La Dirección General de Investigación –DIGI- tiene relación con todas las facultades y escuelas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, ya que cada proyecto de Investigación es avalado por cada entidad.

Facultades:

- Agronomía
- Arquitectura
- Ciencias Económicas
- Auditoría
- Ciencias Jurídicas y Sociales
- Ciencias Médicas
- Ciencias Químicas y Farmacia
 - Escuela de Nutrición
 - Escuela de Química Farmacéutica
- Humanidades
- Ingeniería
 - Ingeniería Química
- Medicina Veterinaria y Zootecnia
- Odontología
 - Postgrados Odontología

Escuelas:

- Ciencias de la Comunicación
- Ciencias Físicas y Matemáticas
- Ciencia Política
- Formación de Profesores de Enseñanza Media –EFPEM-
- Historia
- Superior de Arte
- Trabajo Social

Centros:

- Centro de Estudios del Mar y Agricultura –CEMA-
- Centro Universitario de Baja Verapaz –CUNBAV-
- Centro Universitario de Nor-Oriente –CUNORI-
- Centro Universitario de Chimaltenango –CUNDECH-
- Centro Universitario de El Progreso –CUNPROGRESO-
- Centro Universitario del Sur –CUNSUR-
- Centro Universitario de Nor Occidente –CUNOROC-
- Centro Universitario de Izabal –CUNIZAB-
- Centro Universitario de Jutiapa – JUSAC-
- Centro Universitario de Occidente –CUNOC-
- Centro Universitario de Quiché –CUSACQ-

4.2.3 Análisis de la Identidad Corporativa

La DIGI es un ente que se caracteriza por las investigaciones que realizan a nivel nacional en todas las áreas.

Los trabajadores expresan que una de sus características principales es la estabilidad laboral que cada uno posee dentro de la organización. Muchos de ellos llevan más de diez años laborando en las instalaciones.

Por lo que se observó en las encuestas de comunicación interna y externa, el trabajo que se realiza no se refleja en su totalidad, es por ello que surge la necesidad de realizar propuestas para mejorar este aspecto de la organización.

4.2.3.1 Los signos de la Identidad corporativa

El signo de la identidad corporativa es el ser o ente que está dotado de una dimensión existencial significativa que le es propia, a esto llamamos entidad; y toda entidad posee una forma perceptible y memorizable: su identidad. (Branda)

Una organización debe conformarse con estos elementos para ser reconocida, identificada y buscada.

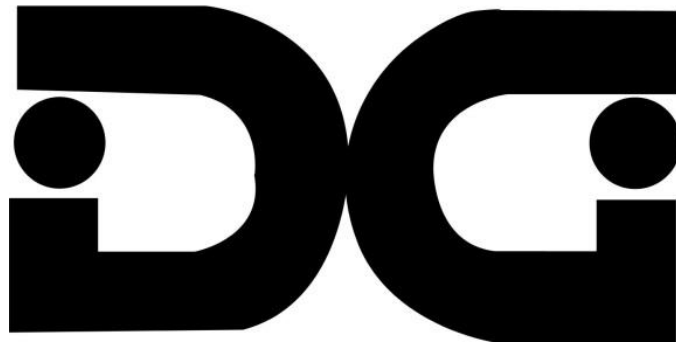
- **Signos:**
 - **Lingüística:**

El nombre de la organización es Dirección General de Investigación y se presenta como DIGI. Este es el nombre que debe aparecer en todos los ambientes en donde se mencione o se utilice información sobre la organización.
 - **Icónica:**

La DIGI se distingue de otros entes en la Universidad por la naturaleza de la organización. Se centra en la investigación y en cómo esta puede ayudar a la población guatemalteca.

Se identifica fácilmente y se enlaza con la Universidad de San Carlos por los colores y la forma que maneja.
 - **Cromática:**

Cumple con la línea gráfica universitaria, adopta los colores y la tipografía designada para este ente.



El logo es utilizado en color blanco, azul o negro dependiendo del fondo en el cual se utilice, el número de pantone que utilizan es el 294 azul (Información obtenida en la unidad de Diseño Gráfico), actualmente están trabajando en un manual de normas gráficas, pero aún no está aprobado por el Director para su socialización. ²

4.2.3.2 Las funciones de la Identidad corporativa

Joan Costa menciona que la identidad tiene dos clases de funciones: la inmediata que se refiere a hacer conocer, memorizar y localizar fácilmente a la empresa; y la acumulativa que contribuye a la impregnación mental de la imagen de la empresa en una comunidad determinada. (Costa, 2001)

Función inmediata:

Representa el reconocimiento y memorización de la empresa o servicio (Costa, 2001). La DIGI posee función inmediata, es

² Cuando se entrevistó al Diseñador Gráfico no se tenía toda la información sobre la línea gráfica. Esta entrevista fue realizada el 02 de junio de 2015.

reconocida y memorizada por la población universitaria que se dedica a la rama de la investigación.

Función acumulativa:

La función acumulativa consiste en incrustar la imagen en un espacio mental que se convierte en predominante e inmediatamente asocian a la organización con la imagen que se encuentra en la mente. (Costa, 2001)

Los 34 años que tiene de funcionar le hacen una organización responsable y comprometida con la investigación.

4.2.4 Análisis de la imagen corporativa

La DIGI es un ente comprometido con la investigación en pro de la sociedad guatemalteca, se enfoca en la población como objetivo principal y espera que con las investigaciones que promueve la población tenga mejorías en los alrededores.

4.2.4.1 La realidad corporativa

La Dirección General de Investigación se dedica a promover investigaciones que puedan ser beneficiosas para la población guatemalteca. El propósito es cumplir con el mandato universitario de devolver a la población lo que se ha aprendido. El recurso proviene del presupuesto del Estado.

Dependen del Consejo Superior Universitario y del Rector, quienes se comunican con el Director General. Está ubicado en el edificio S11, dentro de la Ciudad Universitaria zona 12. Cuenta con misión, visión, objetivos.

Como se mencionó anteriormente su principal función es buscar y promover la investigación en pro de la población.

La misión y la visión están implícitas en el quehacer diario de la organización; sin embargo, muchos desconocen porque están trabajando.

Las oficinas administrativas están bien acondicionadas para suplir las necesidades de su personal, el horario de trabajo es accesible y bastante flexible para la mayor parte de los trabajadores. La Universidad de San Carlos de Guatemala cuenta con autobús interno que lleva a trabajadores y a estudiantes al ingreso de las instalaciones.

Se cuenta con área de comedor, sala de reuniones y servicios sanitarios para el personal.

Es importante mencionar que se atienden a todos los investigadores directamente en la Dirección, no existe descentralización para este tema.

4.2.4.2 La cultura corporativa

Se define por ser un ente burocrático, es parte de la cultura que posee la dirección. Los procesos burocráticos permiten un orden y la organización.

Las distintas unidades están estrechamente vinculadas una con otra por el orden de los procesos del investigador.

El comportamiento es amable y atento hacia el personal interno y externo. Se puede observar en el ambiente inconformidad con ciertos procesos que se llevan a cabo, así también con el trato de las autoridades para los trabajadores.

La mayor parte de las personas se encuentran en el renglón 011, el horario es de 8:00 a 16:00 horas, solamente cuando es muy necesario se retiran más tarde, de lo contrario cumplen con su horario de trabajo de manera eficiente y efectiva.

Mantienen un compromiso con la Universidad y con la Dirección, sin embargo la mayor parte de los trabajadores son personas que ya tienen muchos años laborando en el mismo puesto, esperando la promoción de plazas. A través de los años se ha sufrido un aumento de trabajo pero la remuneración se mantiene en los mismos rangos.

4.2.4.3 La identidad corporativa

La Dirección General de Investigación se funda con el objetivo de que sus investigaciones aporten a la sociedad, su aspiración principal es ayudar a la sociedad para que pueda optar a mejores opciones de vida.

Con el tiempo ha evolucionado y ha mejorado sus ámbitos de estudio y de investigación, también posee cambios en los requisitos y en las separaciones de las investigaciones, busca fines específicos y sociales que apoyen a la población. Se ha adecuado a los cambios de los últimos tiempos y se ha basado en las necesidades existentes.

4.2.4.4 La comunicación corporativa

Se remiten a publicidad institucional, pertenecen a la Universidad de San Carlos, por lo tanto se deben regir a los márgenes publicitarios que se les indican. Poseen una página de internet en donde publican

y socializan la información, sin embargo no en todos los casos está actualizada.

4.2.5 Comunicación en crisis

Con base en la observación se identificó que existen problemas para transmitir información entre los trabajadores. También se observaron malas relaciones con algunos investigadores.

Por medio de las encuestas se logró constatar que no existe un problema de comunicación en crisis hacia el exterior. Por el momento consideran que la información es transmitida de manera correcta y eficiente. No poseen una persona que maneje toda la información del caso, es decir una vocera o vocero, así que es trabajo del investigador acercarse con cada persona para poder resolver sus dudas. Hasta el momento, esto no ha dado problemas graves, sin embargo la falta de retroalimentación puede convertirse en un punto en contra para la atención al público.

4.3 FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> - Personal con experiencia - Conocimiento de cada tema - Existe trabajo en equipo - Existe comunicación formal e informal - Se respetan los procesos burocráticos - Perfiles en redes sociales creados. - Publicación de revista de investigación y postgrado 	<ul style="list-style-type: none"> - Existe una deficiencia en la información al público - No hay capacitaciones constantes para el personal - Se observa desmotivación en el personal debido al poco crecimiento profesional - Falta de equipo de cómputo y software - Espacio físico incorrectamente distribuido - Se ha identificado que existe comunicación informal negativa - Malas relaciones interpersonales - Desacuerdo por trabajo - No existe buena retroalimentación - Existe dos perfiles de facebook - Desactualización de la base de datos de investigadores de CONCIUSAC.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Página de Internet - Incremento de seguidores en redes sociales. - Divulgación de información por medio de boletines - Medios disponibles para socialización - Existen espacios para recibir talleres informativos - Aumento en el presupuesto 	<ul style="list-style-type: none"> - Dependencia de Consejo Superior Universitario –CSU- - Posibles recortes presupuestarios

4.3.1 Análisis y pronóstico de la situación

4.3.1.1 Alternativas entre fortalezas y oportunidades

- Utilizando la experiencia del personal se puede implementar un programa que permita alimentar la página de internet y las redes sociales publicitando acciones y facilitando información sobre lo que realiza la DIGI.
- Existe personal que tiene conocimiento sobre los diversos temas que se manejan, esto podría facilitar al equipo de comunicación quien podría elaborar boletines informativos para los investigadores.
- Por medio del personal con experiencia y el trabajo en equipo se pueden utilizar los medios disponibles para socialización.
- Por medio de los procesos burocráticos la DIGI puede gestionar la realización de talleres informativos en temas de interés.
- El personal con experiencia y el respeto al os procesos propicia el espacio para solicitar un aumento de presupuesto.
- Incrementar el número de seguidores en los perfiles actuales mediante un plan de redes sociales que mejoren la comunicación externa y la imagen de la DIGI

4.3.1.2 Alternativas entre debilidades y oportunidades

- Para eficientizar la información al público se pueden implementar notas actualizadas constantemente, que den información relevante por medio de la página de internet y redes sociales.
- El personal puede participar en capacitaciones y talleres informativos ejecutados en la USAC.
- A través de las redes sociales se puede mejorar la retroalimentación del personal.
- La desmotivación del personal se puede reducir a través de la utilización de los sistemas de información disponibles, para socializar los logros de la organización así como los de cada unidad, como otra forma de incentivo a todo el personal.
- Por medio de la socialización y comunicación de la falta de equipo de cómputo, malas instalaciones, falta de promoción y otras necesidades se puede gestionar el aumento en el presupuesto.
- Actualizar el perfil de la DIGI, comunicando el que perfil en facebook es el que se utiliza oficialmente.

4.3.1.3 Alternativas entre fortalezas y amenazas

- Se cuenta con personal con experiencia que puede generar propuestas dirigidas al CSU, para realizar cambios en las normativas, para beneficio de la DIGI y de los investigadores.
- Se realiza todo proceso de forma burocrática, respetando las normativas, el trabajo en equipo y la experiencia en el tema pueden significar un mejor desempeño en los procesos, logrando mantener el nivel de calidad y así lograr mejores ajustes presupuestarios.

4.3.1.4 Alternativas entre debilidades y amenazas

- Se debe informar a las autoridades la falta de equipo de cómputo, las malas instalaciones y la poca promoción de los trabajadores para que se considere ante cualquier cambio en el presupuesto.
- Se debe dar a conocer la dependencia existente entre la DIGI y el CSU – Consejo Superior Universitario- para reducir la mala información hacia lo interno.

4.4 Factores Influyentes

4.4.1 Directos

La mayor parte del personal de la DIGI atiende al investigador de manera personalizada. No todo el personal está capacitado para esta función, puede ser un factor que afecte a la buena comunicación.

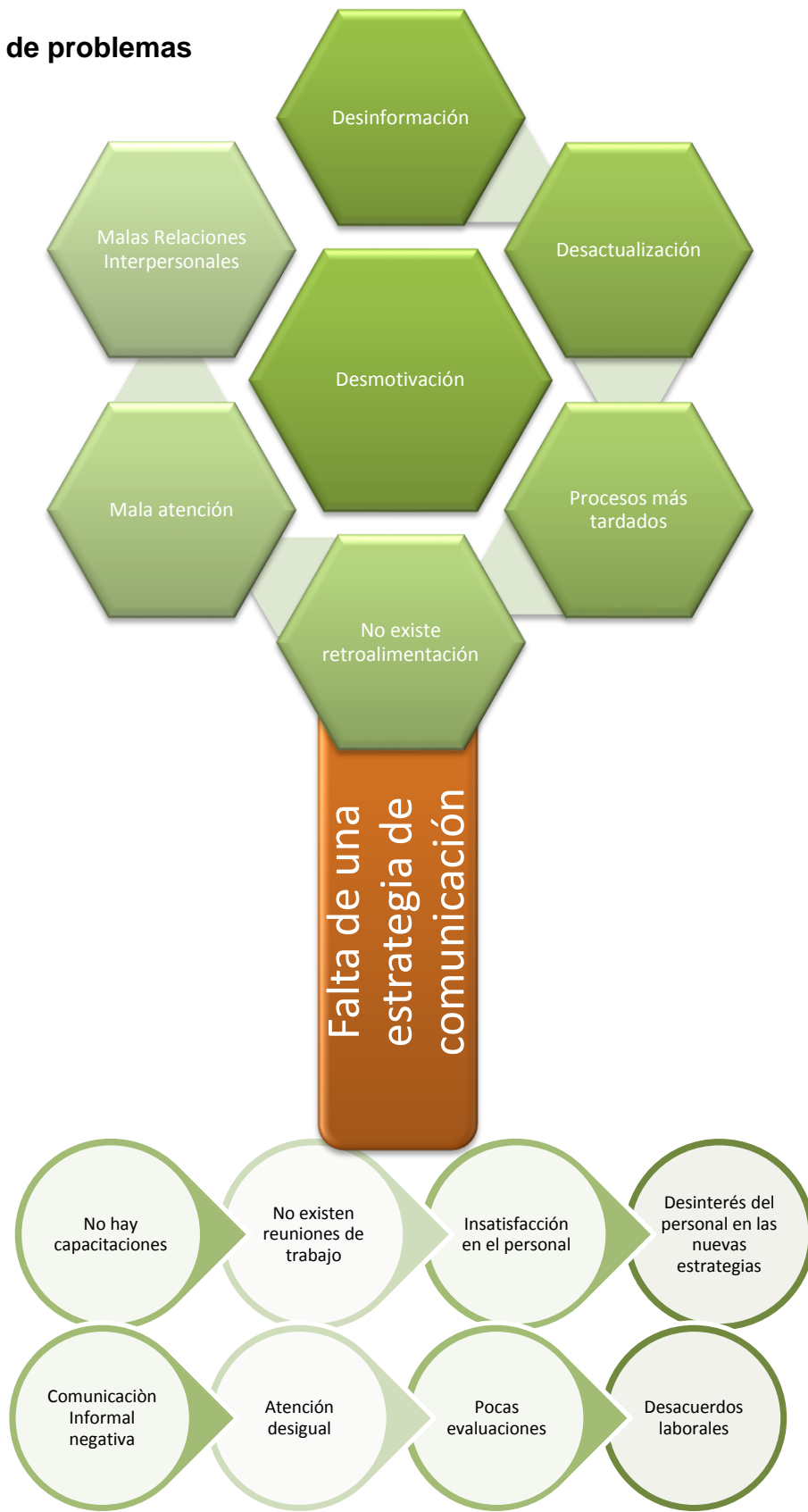
El personal se encuentra desmotivado, este es otro factor influyente entre los trabajadores, un 90% del personal entrevistado manifestó que no reciben capacitaciones para la mejora de sus actividades diarias. La no promoción de plazas es también un tema conflictivo ya que no se ha realizado este proceso. No todos conocen la misión y la visión de la DIGI, saben porque fue creada y con qué fin, pero no todos comparten los objetivos y trabajan por una misma idea. La mayor parte del personal no respeta los horarios.

4.4.2 Indirectos

Un factor indirecto es algo que no se puede controlar, en este caso se podría mencionar los tiempos de presupuesto para dar vía a las investigaciones. Tampoco se puede manejar los cierres inesperados en la Universidad; los cuales dan como resultado que los procesos se atrasen.

Un factor indirecto es que los investigadores lleguen al mismo tiempo a realizar el mismo trámite, situación que se ha dado en algunas ocasiones.

4.5 Árbol de problemas



Fuente: Elaboración propia en el marco del diagnóstico comunicacional de la DIGI. Guatemala, 2015

4.6 Determinación de prioridades comunicacionales

- **Capacitaciones al personal**

Establecer un programa de capacitaciones mensuales para todo el personal dependiendo de su área de especialidad.

Es un problema que puede suplirse de manera inmediata.

Es de mediana dificultad ya que la USAC como rectora en educación tiene docentes que pueden ayudar a este proceso.

- **Relaciones Interpersonales**

Pueden realizarse actividades de convivencia y trabajo en equipo con las distintas unidades y coordinaciones; apoyándose con publicaciones como: fechas de cumpleaños, empleados sobresalientes, etc.

No puede ser solucionado de manera inmediata. Es de gran dificultad, por lo tanto se considera es un proceso que debe trabajarse de acuerdo a un cronograma de actividades.

- **Insatisfacción**

Iniciar el proceso para promocionar las plazas para formas de apoyar que sirvan de incentivo. Es importante que el personal se sienta bien y satisfecho con sus necesidades para que pueda realizar su trabajo de manera satisfactoria y esto le lleve a un estado de identificación con la organización.

- **Desinterés del personal en las nuevas estrategias.**

Motivar al personal con base en incentivos laborales, cartas de felicitación, actividades extracurriculares como convivencias,

talleres de trabajo en equipo para motivar las relaciones interpersonales positivas, comunicación y socialización de logros. Puede resolverse a mediano plazo.

- **Comunicación informal negativa**

Utilizar vías formales de comunicación, como notas, circulares, correos.

Realizar una normativa de comunicación formal basada en los manuales existentes, solamente actualizando datos significativos y haciéndolos más amigables para los trabajadores. Actualización de formatos.

- **Atención desigual:**

Puede resolverse creando una normativa de atención al público. Además de que puede organizarse capacitaciones de atención al público para todas las unidades. .

- **Pocas evaluaciones:**

Evaluar al personal por lo menos una vez al mes, también colocar buzones en donde puedan opinar sobre mejoras o bien sugerencias para ser tomadas en cuenta por el director.

Se debe de recordar que mientras el trabajador pueda estar en constante mejora esto también contribuye en las buenas relaciones interpersonales internas y externas.

- **Desacuerdos laborales**

Los desacuerdos laborales se dan con base en la desinformación que se maneja. Es importante trabajar en la comunicación interna para que la comunicación sea manejada correctamente de manera vertical y

horizontal, enmarcando una línea de respeto hacia superiores y compañeros de trabajo.

- **No existen reuniones de trabajo**

Realizar una reunión de trabajo semanal. Las encuestas reflejaron la necesidad de que existan mesas redondas para el personal.

La mayoría de problemas que se afrontan ocurren por la poca comunicación que existe, los problemas fueron ubicados desde el más importante hasta el que puede solucionarse con base a los demás.

4.7 Propuesta de soluciones

4.7.1 Posibles soluciones

- Creación de un manual informativo para el personal de la DIGI.
- Instauración de mesas de trabajo, al menos una cada mes que facilite una mejor comunicación y trabajo en equipo.
- Una capacitación por trimestre al personal, esto incentivará y facilitará procesos.
- Actualizar la página de internet para que todos los usuarios puedan tener acceso a información inmediata.
- Socializar por medio de redes sociales las convocatorias a cursos, proyectos o investigaciones con el debido tiempo de antelación.
- Establecer un plan de redes sociales que permita aumentar el número de seguidores y mejorar la imagen.

4.7.2 Funciones de la comunicación y su relación con la propuesta de soluciones

La comunicación es para el ser humano algo sustancial es por esto que cualquier organización debe de trabajar en base a las buenas relaciones interpersonales y comunicativas.

La función **afectiva** se relaciona con las posibles soluciones porque en la DIGI existe un vínculo emocional que une a las personas que trabajan en este lugar en particular.

La función **reguladora** como bien lo dice, regula la conducta de los demás, cualquier persona puede cambiar el actuar de alguien más, dependiendo de las actitudes que se tomen en un momento determinado; las capacitaciones, mesas de trabajo y talleres permitirán que esta regulación sea trabajada y las personas relacionadas encuentren apoyo en los demás.

En el caso de la DIGI la función reguladora juega un papel de suma importancia porque todas las unidades y coordinaciones dependen una de la otra, esto quiere decir que los procesos están vinculados.

Es necesario que existan buenas relaciones interpersonales para hacer un trabajo efectivo y eficiente.

La función **informativa** se encuentra en la socialización de todo proceso que se lleve a cabo en la Dirección General de Investigación, siendo este un ente educador deben de darse a conocer todas las acciones que se realizan en pro de la población, función y objetivos, con la finalidad de que más personas se interesen, integren y comenten sobre la Dirección promoviendo la investigación.

La comunicación debe orientar, facilitar, informar, familiarizar y estimular a cualquier persona, es por esto que se depende de las buenas relaciones interpersonales para que un ente investigativo pueda desarrollarse

plenamente con el público externo. Debe de complementar información y de esta manera integrar grupos de trabajo con el personal externo e interno de la organización.

Debe de prevalecer el grado académico, esto quiere decir aclarar, estar atento a las necesidades de los investigadores, reforzar y prevenir los sucesos que se presenten; las posibles soluciones van aunadas a la parte académica ya que el estudiante se convierte en investigador activo para dar una alternativa a la forma de vivir de la población.

Como organización, están llamados a dar a conocer todos los procesos administrativos de manera transparente y eficaz, se debe de permitir evaluar y conocer los manuales para una mejor información.

Capítulo 5

Estrategia de comunicación organizacional

5.1 Justificación

La DIGI es un ente que se dedica a promover la investigación a nivel profesional, esto significa que abre brechas de conocimiento en todos los sectores. Por lo tanto, sus trabajadores deben mantenerse en sintonía para cumplir con todas las solicitudes y trámites que se realizan diariamente.

Se considera necesario crear una estrategia de comunicación orientada a la buena interrelación de todos los miembros de la DIGI, esto con la finalidad de facilitar y agilizar procesos con el propósito de brindar una buena atención al personal interno y al público externo.

La estrategia estará orientada en primera instancia a la atención al personal interno, porque son quienes tienen el mayor contacto con la población externa, se debe de llevar a cabo para prestar mejores servicios y atenciones. Algunos beneficios que se pueden mencionar son los siguientes:

- Mejorar la comunicación organizacional interna
- Incentivar al personal en las actividades que realiza
- Proponer nuevas medidas de socialización de la información
- Proponer nuevos procedimientos para el traslado de información

La DIGI podrá socializar de una manera efectiva las investigaciones que lleva a cabo, y el público en general tendrá acceso a las mismas de forma fácil. Se verán beneficiados todos los integrantes de la DIGI y los investigadores podrán comunicarse de manera más sencilla.

5.2 Objetivos

5.2.1 General

Fortalecer la comunicación interna para mejorar la socialización de la información al público externo. Por medio de una estrategia de comunicación.

5.2.2 Específicos

- ✓ Identificar los canales de comunicación existentes para informar sobre las investigaciones que se realizan.
- ✓ Diseñar un instrumento de evaluación enfocado en comunicación interna.
- ✓ Proponer el diseño de trifoliar informativo que cubra las necesidades de retroalimentación para todo público.
- ✓ Diseñar una guía informativa que permita al trabajador un mayor conocimiento de la organización.
- ✓ Diseñar un plan de redes sociales para incrementar el número de seguidores e informar de forma interactiva.
- ✓ Producir un buzón de sugerencias para fortalecer la comunicación externa.

5.3 Público objetivo

La estrategia va dirigida a las siguientes personas:

- ✓ Integrantes de CONCIUSAC (Consejo Coordinador e Impulsor de la Investigación)
- ✓ Personal de DIGI
- ✓ Investigadores
- ✓ Visitantes
- ✓ Estudiantes
- ✓ Profesionales
- ✓ Direcciones de investigación

5.4 Propuesta

El alcance que tendrá, será a nivel institucional, la búsqueda de soluciones se basará en la atención en la comunicación externa, y en esta propuesta se apoyará el fortalecimiento de la comunicación interna para mejorar la externa. Los productos se orientan a la mejora de la socialización de las investigaciones y actividades que realiza la DIGI, como lo son el trifoliar informativo, el plan de redes sociales y el buzón de sugerencias.

Diagrama No. 1
Estrategia de comunicación



Fuente: Elaboración propia en el marco de la estrategia de comunicación, septiembre 2015

5.5 Matriz de coherencia

Objetivo General:

Fortalecer la comunicación interna para mejorar la socialización de la información al público externo por medio de una estrategia de comunicación.

Objetivos Específicos:

- ✓ Identificar los canales de comunicación existentes para informar sobre las investigaciones que se realizan.
- ✓ Diseñar un instrumento de evaluación enfocado en comunicación interna.
- ✓ Proponer el diseño de trifoliar informativo que cubra las necesidades de retroalimentación a todo público.
- ✓ Diseñar de una guía informativa que permita al trabajador el conocimiento de la organización.
- ✓ Diseñar un plan de redes sociales para incrementar el número de seguidores e informar de forma interactiva.
- ✓ Producir un buzón de sugerencias para el fortalecimiento de la comunicación externa.

Problema	Productos	Objetivo de Comunicación	Tipo de Mensaje	Público objetivo	Medio de difusión	Presupuesto
Pocas evaluaciones al personal	- Instrumento de evaluación	- Que el personal tenga conocimiento del desempeño y su relación con la comunicación.	Informativo y formativo	Personal interno de la DIGI	Virtual e impreso	Q 1,000.00
No existen reuniones de trabajo semanales o mensuales	- Reunión de trabajo	- Fortalecer los lazos de comunicación entre los trabajadores.	Informativo	Personal interno de la DIGI	Virtual e impreso	Q 0.00
Insatisfacción	- Guía informativa "Somos DIGI"	- Crear una cultura corporativa que responda a las necesidades de comunicación.	Informativo y formativo	Personal interno de la DIGI	Virtual e impreso	Q 1,000.00
Ineficiencia en atención al público	- Trifoliar informativo	- Informar a la población en general de las actividades y beneficios de la DIGI.	Informativo y formativo	Personal externo	Impreso	Q 2,000.00
Existencia de dos perfiles de facebook	- Plan de redes sociales	- Contar con un medio de comunicación efectivo e interactivo.	Informativo y formativo	Público externo	Virtual	Q 0.00
No existe buena retroalimentación	- Buzón de sugerencias	- Conocer los comentarios del público externo para realizar mejoras en la atención al público.	Informativo y formativo	Público externo	Impreso	Q 1,500.00
				TOTAL		Q 5,500.00

5.6 Plan de comunicación

Objetivo General

Fortalecer la comunicación interna para mejorar la socialización de la información al público externo por medio de una estrategia de comunicación funcional.

Objetivos Específicos

- ✓ Mejorar los canales de comunicación existentes para informar sobre las investigaciones que se realizan.
- ✓ Generar un instrumento de evaluación enfocado en comunicación interna.
- ✓ Proponer el diseño de trifoliar informativo que cubra las necesidades de retroalimentación a todo público.
- ✓ Generación de una guía informativa que permita al trabajador el conocimiento de la organización.
- ✓ Generar un plan de redes sociales para incrementar el número de seguidores e informar de forma interactiva.
- ✓ Creación de un buzón de sugerencias para el fortalecimiento de la comunicación externa.

Problema 1	Pocas evaluaciones al personal
Objetivo de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • Socializar con el personal el desempeño y su relación con la comunicación.
Productos	<ul style="list-style-type: none"> • Instrumento de evaluación
Tipo de mensaje	Informativo y formativo
Actividades (contenido, diseños finales, plan de talleres)	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de un formato de evaluación para el personal (referente a comunicación externa, interna, autoevaluación y atención al público). • Presentación del formato de evaluación ante la Dirección General. • Aprobación del formato de evaluación. • Socialización del formato de evaluación ante el personal. • Implementación de la evaluación al personal (trimestral). • Revisión y análisis de los resultados. • Socialización de los resultados con el personal.
Público objetivo	<ul style="list-style-type: none"> • Personal Interno de la DIGI
Resultados esperados	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora en los procesos administrativos. • Mejora en la atención al público. • Incentivo al trabajador. • Conocimiento de los problemas comunicacionales por parte del personal.
Medio de difusión	Virtual e impreso <ul style="list-style-type: none"> • Formato para evaluación del personal. • Reunión para socialización de resultados.
Frecuencia	Las evaluaciones se llevarán a cabo cada tres meses.
Presupuesto	Q. 1,000.00

Problema 2	No existen reuniones de trabajo semanales o mensuales
Objetivo de comunicación	Fortalecer los lazos de comunicación entre los trabajadores
Producto	Reuniones de trabajo
Tipo de mensaje	Informativo y formativo
Actividades (contenido, diseños finales, plan de talleres)	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de una agenda de trabajo por parte del Director. • Establecimiento de fecha y hora para la reunión. • Generación de la convocatoria. • Socialización de procesos por unidad y departamento. • Socializar los avances y logros de la DIGI.
Público objetivo	Personal interno de la DIGI
Resultados esperados	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora en los procesos comunicacionales a nivel interno. • Personal informado. • Mejora en los procesos laborales. • Mejorar la atención al público.
Medio de difusión	Virtual e impreso <ul style="list-style-type: none"> • Correo electrónico • Oficios • Providencias • Circulares
Frecuencia	Las reuniones se realizarían cada dos semanas
Presupuesto	No tiene costo

Problema 3	Insatisfacción del personal en relación a la inclusión en las actividades de la DIGI
Objetivo de comunicación	Generar una cultura corporativa que responda a las necesidades de comunicación.
Producto	Guía informativa “Somos DIGI”
Tipo de mensaje	Informativo y formativo
Actividades (contenido, diseños finales, plan de talleres)	<ul style="list-style-type: none"> - Establecimiento del contenido de la guía. - Diseño de la guía. - Elaboración de la propuesta. - Presentación de la propuesta a Dirección General. - Aprobación de la guía. - Impresión de la guía. - Distribución.
Público objetivo	Personal interno de la DIGI
Resultados esperados	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora en los procesos administrativos. • Fortalecimiento de comunicación formal. • Conocimiento de los procesos administrativos por el personal. • Conocimiento de la estructura organizacional. • Conocimiento de la filosofía de la organización.
Medio de difusión	Virtual e impreso <ul style="list-style-type: none"> • Correo electrónico. • Entrega de material impreso.
Frecuencia	Anual.
Presupuesto	Q. 1,000.00

Problema 4	Ineficiencia en atención al público
Objetivo de comunicación	Informar a la población en general de las actividades y beneficios de la DIGI.
Producto	Trifoliar informativo
Tipo de mensaje	Informativo y formativo
Actividades (contenido, diseños finales, plan de talleres)	<ul style="list-style-type: none"> • Establecimiento del contenido del trifoliar. (Tomando en cuenta las convocatorias) • Propuesta de diseño del trifoliar. • Presentación de la propuesta a la Dirección General. • Aprobación de la propuesta. • Impresión del trifoliar. • Distribución del trifoliar.
Público objetivo	Investigadores, estudiantes y público en general.
Resultados esperados	<ul style="list-style-type: none"> • Público externo informado. • Dar a conocer los servicios que brinda la DIGI. • Promocionar las redes sociales. • Promocionar las convocatorias y material investigativo.
Medio de difusión	Impreso <ul style="list-style-type: none"> • Trifoliar.
Frecuencia	Semestral.
Presupuesto	Q. 2,000.00

Problema 5	Existencia de dos perfiles de facebook
Objetivo de comunicación	Contar con un medio de comunicación efectivo e interactivo.
Producto	Plan de redes sociales.
Tipo de mensaje	Informativo y formativo
Actividades (contenido, diseños finales, plan de talleres)	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar los perfiles existentes. • Enviar invitaciones de facebook con base en los listados de investigadores que posea la DIGI. • Eliminar el perfil que no se está utilizando. • Actualizar información, realizar publicaciones constantes.
Público objetivo	Personal interno y externo de la DIGI
Resultados esperados	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de seguidores. • Publicar información actualizada. • Información eficaz para el público externo. • Información inmediata. • Resolución de dudas de manera accesible y personalizada. • Dar a conocer las investigaciones y resultados de la DIGI.
Medio de difusión	Virtual <ul style="list-style-type: none"> • Facebook
Frecuencia	Diaria.
Presupuesto	No tiene costo.

Problema 6	No existe buena retroalimentación
Objetivo de comunicación	Conocer los comentarios del público externo para realizar mejoras en la atención al público.
Producto	Buzón de sugerencias.
Tipo de mensaje	Informativo y formativo
Actividades (contenido, diseños finales, plan de talleres)	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de cuestionario. • Presentación del cuestionario a Dirección General. • Aprobación de cuestionario. • Colocación de buzón de sugerencia en las secretarías de la DIGI. • Revisión mensual de las sugerencias. • Evaluación y toma de decisiones.
Público objetivo	Público externo.
Resultados esperados	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer de una manera exacta la opinión del servicio que se está brindando. • Poder corregir los posibles problemas reflejados en el cuestionario. • Mejorar el servicio al público.
Medio de difusión	<p>Impreso</p> <ul style="list-style-type: none"> • De manera verbal de parte del personal. • Rotulación del área de ubicación.
Frecuencia	Mensual.
Presupuesto	Q. 1,500.00

5.7 Los productos

A través del diagnóstico que se realizó en la DIGI se pudo identificar la necesidad de mejorar la atención al público externo y la comunicación interna horizontal.

Es importante mencionar que también se identificaron algunos problemas internos referentes a la estabilidad laboral o al crecimiento del personal en la organización, también se menciona el descontento del trabajador debido a la poca atención que se les presta en relación a los investigadores y coordinadores.

Es por esto que con los siguientes productos se pretende fortalecer las áreas de falencia, con la finalidad de mejorar la atención, la comunicación interna y la comunicación externa; haciendo los procesos más eficientes y eficaces.

- **Reuniones de trabajo**

El objetivo primordial es fortalecer los procesos mediante la participación del personal; permitirá la elaboración de las planificaciones de trabajo y el mejoramiento de la comunicación interna. (Ver anexo No. 12)

- **Guía “SOMOS DIGI”**

Con esta guía se pretende que todos los trabajadores conozcan la razón de ser de la DIGI a través de la misión, visión, objetivos, redes sociales, estructura organizacional y materiales informativos.

Se considera que esto ayudará a la correcta socialización de la información que se encuentra en la DIGI, además que brindará conocimiento al trabajador sobre los aspectos básicos que necesitan saber.

Este producto va a ser aplicado en la comunicación interna y ayudará a fortalecer la comunicación externa. (Ver anexo No.13)

- **Trifoliar**

El trifoliar informativo pretende utilizarse como herramienta de comunicación externa para socializar los principios básicos de la Dirección General de Investigación.

Esta información podría ser colocada también en el portal y en redes sociales para que la gente pueda tener acceso a la misma, y así poder socializar la Dirección como un ente que impulsa la investigación de campo.

Contiene la misión, visión, objetivos, principales actividades, la sección de ¡Entérate! (que servirá para indicar los lugares en donde podemos obtener información), también la manera de cómo se puede promover la participación y la ubicación de las instalaciones. (Ver anexo No. 14)

- **Buzón de sugerencias**

El buzón de sugerencias tiene la finalidad de conocer los comentarios del visitante de DIGI. Esto ayudaría a conocer los puntos de mejora

del personal interno y de qué manera pueden implementarse nuevos procesos que faciliten el trabajo.

El buzón de sugerencias será instalado en cada recepción de las oficinas para que pueda conocerse la opinión de todos los visitantes de las áreas.

Se utilizará en la comunicación externa y se aplicará para mejorar la comunicación interna. (Ver anexo 15)

- **Plan de evaluación DIGI**

Uno de los temas que se resaltó en el diagnóstico de la organización fue la falta de evaluación para los trabajadores. Esto se considera beneficioso para el trabajador, y, para el visitante; sería una herramienta que colaboraría para la mejora de procesos y también para verificar el correcto o incorrecto funcionamiento de los mismos.

Se utilizará como herramienta de comunicación interna. Al evaluar se identificarán los procesos comunicacionales o bien las falencias existentes para mejorar en esa área. (Ver anexo 16)

- **Plan de redes sociales**

Se aplicará en la comunicación externa. Busca que las personas puedan obtener información a través de las distintas redes sociales, además, de que esta información sea inmediata, efectiva, eficiente y concreta.

El plan de redes sociales se puede utilizar para socializar la información a través de los portales que permitan que la población interesada pueda mantenerse al tanto y obtener información inmediata y útil. (Ver anexo 17)

5.8 Validación de los productos

La validación es un proceso que aún se está realizando en compañía del Director de la DIGI. Se enviaron por correo los productos y ya se obtuvo respuesta positiva pero aún están en etapa de revisión.

5.9 Cronograma de la Implementación de la Propuesta

Cronograma de implementación de las propuestas

Actividad	Octubre				Noviembre			
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Presentación de las Estrategias ante dirección de la DIGI	X							
Proceso de revisión y validación	X							
Aprobación de la implementación		X						
Socialización de las herramientas con el personal			X					
Implementación del buzón de sugerencias			X					
Implementación de la guía Informativa "SOMOS DIGI"			X					
Implementación de la entrega de trifoliales			X					
Implementación del plan de redes sociales			X					
Implementación de la evaluación del personal				X				
Monitoreo por parte del personal asignado					X	X		
Evaluación de los resultados							X	
Socialización de los resultados al personal								X

5.10 Monitoreo y evaluación

Para realizar un monitoreo y evaluación de las propuestas que se desarrollarán, es necesario designar un responsable. En este sentido se propone al encargado o encargada de comunicación de la DIGI, también es necesario contar con la revisión y evaluación de los resultados del Director o Directora.

Un monitoreo y evaluación que busca resultados positivos en la comunicación se logrará basándose en los siguientes indicadores:

Producto	Indicador	Medio de Verificación
Reuniones de trabajo	Cantidad de participantes	Listado de los asistentes
Guía Somos DIGI	Cantidad de guías entregadas	Guía impresa Listado de firmas de recepción de la guía
Trifoliar	Número de trifoliales a disposición	Número de trifoliales impresos Hoja de control de entrega de trifoliales
Buzón de sugerencias	Cantidad de sugerencias o boletas llenadas	Boletas llenas y sistematizadas
Plan de Evaluación de personal de DIGI	Cantidad de personal evaluado	Sistematización de los resultados de las evaluaciones Cronograma de las evaluaciones
Plan de Redes Sociales	Cantidad de nuevos seguidores	Revisión del crecimiento de manera semanal que proporciona la red social, por medio del contador de visitas que poseen las redes sociales.

Elaboración propia en el Marco de la Estrategia de Comunicación Interna y Externa, septiembre 2015

5.11 Implementación

El proceso de implementación se llevará a cabo a partir de la aprobación inicial del Director de la DIGI, para lo cual se realizará una presentación del diagnóstico y la estrategia de comunicación, acompañado de las propuestas y acciones a implementar.

Seguidamente en este proceso se plantea informar a los trabajadores de la DIGI las estrategias que se desarrollarán para mejorar la comunicación interna y externa, es por ello que previo a la implementación se socializará a través de reuniones cada una de las actividades.

Para la etapa de ejecución de las actividades se debe contar con el apoyo directo del encargado o encargada de comunicación, derivado de la naturaleza de sus funciones, para ello se cuenta con un cronograma que indica las fechas en las cuales se llevarán a cabo las actividades propuestas, de igual forma se debe tener el apoyo de la Dirección General para la evaluación y toma de decisión en conjunto con la encargada o encargado de comunicación.

5.12 Resultados

A partir de la implementación, se esperan los siguientes resultados:

- Comunicación interna efectiva
- Socialización de la información de manera concreta, directa y oportuna
- Mejor atención al público en general
- Procesos eficientes
- Mayor número de personas informadas

- Incremento en el número de seguidores en redes sociales
- Cantidad de personas con mejores resultados en las evaluaciones
- Personal satisfecho con los resultados de las capacitaciones

5.13 Aprobación de la organización

Durante el proceso del diagnóstico se contó con el apoyo de la Dirección General y las diferentes Secretarías, además de la encargada de comunicación, quien también se involucró en las propuestas de la estrategia de comunicación.

Capítulo 6

6 Resultados a futuro

Para la Dirección General de Investigación, los resultados a corto plazo serán la eficiencia de la comunicación interna, este resultado puede comprobarse a través de la mejoría en los procesos de trabajo y en la información que posee el personal; también podrá observarse en el mediano plazo la mejora de los procesos en atención al público, esto podrá medirse por medio de los comentarios que realicen los usuarios; de la misma manera se tendrá una comunicación externa más fluida.

Por último al implementar las propuestas en su conjunto dándoles el seguimiento y evaluación correspondiente de manera responsable y persistente, se podrá tener como resultado personal interno con mejores relaciones interpersonales y motivado que se reflejará en una imagen positiva del público externo hacia la DIGI.

Conclusiones

- La Dirección General de Investigación, existen problemas de comunicación interna, derivado de la falta de retroalimentación entre las mismas unidades de la organización.
- Se determinó que la Dirección General de Investigación posee una comunicación informal que afecta los procesos administrativos internos y externos.
- Se estableció que existe insatisfacción en los trabajadores derivado de la falta de programas de capacitación y de crecimiento personal, la investigación permitió reflejar que los trabajadores consideran que en esta área no se han tenido avances.
- Por medio de las entrevistas realizadas a los investigadores (público externo), se pudo determinar que la atención que brinda la Dirección General de Investigación es efectiva y que han existido inconformidades en casos específicos.
- Existe inconformidad del personal con las instalaciones, mobiliario y equipo.
- Se estableció a través de la observación que la misión, visión y procedimientos de la Organización no son adoptadas como parte de la cultura de los trabajadores de la Dirección General de Investigación, debido a que no se han socializado correctamente.

- La Dirección General de Investigación puede mejorar la comunicación con el público externo e incrementar el número de personas interesadas en participar en los beneficios que ofrece la Dirección, implementando un plan de redes sociales ajustado a las necesidades comunicacionales.

Recomendaciones

- Se recomienda que la persona designada por la Dirección para realizar las actividades propuestas sea capacitada y evaluada con el objetivo de poder mejorar la estrategia comunicacional.
- Propiciar espacios necesarios para que se lleven a cabo reuniones informativas entre el personal de la DIGI, con la finalidad de socializar los resultados y mejoras obtenidas del proceso.
- Se recomienda que el personal de la Dirección participe en las actividades propuestas.
- Se recomienda promocionar el buzón de sugerencias o bien colocarlo en lugares accesibles para que se logre la participación deseada del público externo.
- Se recomienda que las redes sociales sean adoptadas por el personal y de esta manera sean impulsadas desde lo interno.
- Es importante que el personal de la Dirección General de Investigación cuente con un logo establecido por medio de un manual de normas gráficas, ya que esto creará identificación con la organización.

- Es necesario que la DIGI cuente con un material gráfico que facilite conocer la misión, visión, objetivos, estructura y redes sociales de la organización.
- La evaluación del personal es un indicador que permite conocer las necesidades y las posibles falencias en la comunicación interna.
- El buzón de sugerencias permitirá que a través del público externo se puedan identificar las áreas de mejora en la organización, además facilitará la toma de decisiones de las acciones que deban realizarse.

Referencias Bibliográficas

- Costa, J. (2001). Identidad Corporativa. México: Pearson. 178 p.
- Dirección General de Investigación. (2014). Memoria de Labores. Guatemala. Centro de Documentación. **Pendiente número de páginas**
- De León, Patricia. (2013). Estrategia de Comunicación Interna para la Organización Project Concern International (PCI). Maestría en Comunicación Organizacional. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Departamento de Posgrado. 173 p.
- Guzmán Morán, Juan Carlos. (2003). Diagnóstico Comunicacional y Propuesta adaptada a los mecanismos de divulgación de la Dirección General de Investigación de la Universidad de San Carlos. Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. 109 p.
- Ramírez, V. L. (20 de 09 de 2013). La Comunicación en Crisis. La Comunicación en Crisis. Puebla, Mexico.
- Universidad de San Carlos de Guatemala. (2002). Manual de Clasificación de Puestos. Guatemala, (Julio de 2002). Manual de Clasificación de Puestos. 370 p.



Egrafías

- Universidad de San Carlos de Guatemala, Dirección General de Investigación. (2008) Documento base Programa de Investigación de Ciencias Básicas – PUICB-. (En línea) Fecha de consulta el 13 de mayo de 2015, 18:00 horas, en:
<http://digi.usac.edu.gt/sitios/puicb/uploads/3/5/9/9/3599288/doc.basepuicb.pdf>


- Branda, T.M. (s.f). “Cátedra.” <https://catedrab-dcv.wikispaces.com/file/view/Signo+de+identidad.pdf> (01 de junio de 2015, 20:00 horas)
- Cortez, M. Slide Share.2015. <http://es.slideshare.net/MarcoCortes/los-enfoques-cuantitativo-y-cualitativo-en-la-investigacin> (21 de mayo de 2015, 17:00 horas)
- Financieros, C.d. “CEF.-Marketing XXI”. 2015. <http://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-interna-119.htm> (08 de junio de 2015, 18:50 horas)
- Universidad de San Carlos de Guatemala. “Transparencia DIGI”. (2010). <http://digi.usac.edu.gt/sitios/transparencia/index.html> (13 de mayo de 2015, 15:00 horas)
- Universidad Autónoma de Yucatán. “Comunicación Circular”. (s/f) <http://www.uady.mx/~enfermer/sitioflash/ccircular.html> (08 de junio de 2015, 22:00 horas)

Anexos

Anexo 01 – Desempeño Laboral

	Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Ciencias de la Comunicación Departamento de Postgrado Maestría en Comunicación Organizacional Encuesta 01 Desempeño Laboral	
Fecha:		
Género: Masculino <input type="radio"/> Femenino <input type="radio"/>		Edad: 20-40 <input type="radio"/> 41-60 <input type="radio"/> 61-o más <input type="radio"/>
Escriba el número correspondiente a la calificación que le asigne a cada enunciado.		
1. Malo 2. Regular 3. Bueno 4. Muy bueno 5. Excelente		
Desempeño laboral		Calificación
1. Responsabilidad		
2. Calidad de trabajo		
3. Cumplimiento de fechas estimadas		
4. Orden y claridad en el trabajo		
5. Planificación del trabajo		
6. Capacidad de delegar tareas		
7. Grado de conocimiento funcional (experiencia en el trabajo)		
Factor Humano/Actitudes		
8. Actitud hacia la organización		
9. Actitud hacia superiores		
10. Actitud hacia los compañeros		
11. Actitud hacia el usuario		
12. Capacidad para generar críticas		
13. Predisposición		
14. Puntualidad		
Habilidades		
15. Iniciativa		
16. Creatividad		
17. Adaptabilidad		
18. Compromiso hacia el equipo		
19. Toma de decisiones		
20. Utilización de la inteligencia emocional		
21. Respuesta bajo presión		

Anexo 02 – Comunicación Interna y Externa Organizacional

	Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Ciencias de la Comunicación Departamento de Postgrado Maestría en Comunicación Organizacional	
Encuesta 02 Comunicación Interna y Externa Organizacional		
Puesto:		
Fecha:		
Género: Masculino <input type="radio"/> Femenino <input type="radio"/>	Edad: 20-40 <input type="radio"/> 41-60 <input type="radio"/> 61-o más <input type="radio"/>	
Evalúe de 1 al 5 los siguientes enunciados.		
1. Malo 2. Regular 3. Bueno 4. Muy bueno 5. Excelente		
Comunicación Interna Organizacional		
1. ¿La comunicación entre el personal de DIGI es?		
2. ¿Cómo califica las relaciones interpersonales en la DIGI?		
3. ¿Cómo se encuentra la comunicación entre personas del mismo puesto?		
4. ¿Cómo califica la comunicación entre las unidades de la DIGI?		
5. ¿Cómo percibe los canales de comunicación interna?		
Comunicación Externa Organizacional		
6. ¿Cómo califica la comunicación con los investigadores?		
7. ¿Cómo califica la transmisión de los mensajes?		
8. ¿Cómo percibe los canales de comunicación externa (oficios, notas, reuniones)?		
9. ¿Cómo califica la atención al público en la DIGI?		
10. ¿Cómo califica los medios para comunicar externamente?		

Anexo 03 – Comunicación Interna y Externa

	Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Ciencias de la Comunicación Departamento de Postgrado Maestría en Comunicación Organizacional Encuesta 03 Comunicación Interna y Externa	
Puesto:		
Fecha:		
Género: Masculino <input type="radio"/> Femenino <input type="radio"/>		Edad: 20-40 <input type="radio"/> 41-60 <input type="radio"/> 61-o más <input type="radio"/>
Evalúe de 1 al 5 los siguientes enunciados.		
1. Malo 2. Regular 3. Bueno 4. Muy bueno 5. Excelente		
Comunicación Externa		
1. ¿Cómo califica la manera de informar?		
2. ¿Cómo califica la comunicación hacia el exterior de la DIGI?		
3. ¿Cómo es la retroalimentación que existe en la información que se socializa?		
4. ¿Cómo califica la comunicación entre el personal de la DIGI y los investigadores?		
5. ¿Cómo percibe los canales de comunicación externa?		
Comunicación Externa Organizacional		
6. ¿Cómo calificaría la comunicación con el personal de la DIGI?		
7. ¿Cómo califica los métodos de retroalimentación hacia el investigador?		
8. ¿Cómo califica los canales de comunicación externa?		
9. ¿Cómo califica los medios de comunicación para socializar la información?		
10. ¿Cómo califica la atención recibida de parte del personal de la DIGI?		



Anexo 04 – Encuesta de Personal Interno

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Departamento de Postgrado
Maestría en Comunicación Organizacional
04 Encuesta para personal interno



Puesto:

Fecha:

Género: Masculino Femenino

Edad: 20-40 41-60 61-o más

Conteste las siguientes preguntas con la respuesta sí o no, favor de consignar el porqué de su respuesta.

1. ¿Podría mejorar la comunicación interna en la DIGI? Sí No

¿Por qué?

2. ¿Puede mejorar la comunicación entre las unidades de la DIGI? Sí No

¿Por qué?

3. ¿Recibe cursos que permitan la actualización y mejoría en las actividades diarias? Sí No
¿Por qué?

4. ¿Se puede mejorar la comunicación en su unidad? Sí No

¿Por qué?

5. ¿Existe algún tipo de comunicación en crisis? Sí No

¿Por qué?

6. ¿Considera que pueden mejorarse los canales de comunicación? Sí No

¿Por qué?

7. ¿Qué medios permitirían que la comunicación mejore? (Favor de marcar la o las opciones a elegir)

a. Notas personales

b. Reuniones semanales

c. Mesas redondas

d. Evaluaciones mensuales de todo el personal



Anexo 05 – Encuesta de Personal Externo

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Departamento de Postgrado
Maestría en Comunicación Organizacional
05 Encuesta de Personal Externo



Puesto:

Fecha:

Género: Masculino Femenino

Edad: 20-40 41-60 61-o más

Conteste las siguientes preguntas con la respuesta sí o no, si favor de consignar el porqué de su respuesta.

1. ¿Ha recibido información clara relacionada a procedimientos administrativos de parte del personal que labora en la DIGI? Sí No

¿Por qué?

2. ¿Cómo mejoraría la comunicación externa en la DIGI? (Favor de marcar la o las opciones a elegir)

- a. Notas a los investigadores
- b. Reuniones mensuales
- c. Mesas redondas
- d. Talleres informativos

3. ¿El personal de DIGI debe mejorar su comunicación con las personas que la visitan? Sí No ¿Por qué?

4. ¿Considera que la comunicación en la DIGI puede mejorar? Sí No

¿Por qué?

5. ¿Podría mejorar la atención que prestan las oficinas de la DIGI? Sí No

¿Por qué?

6. ¿Ha recibido mejor atención de un área en específico, si es así indique cuál?

Sí No ¿Por qué?

Anexo 06 - Carta de Autorización de Práctica



REF. DIGI-171-2015

Guatemala, 06 de mayo de 2015.

Licenciada
Iveth Verónica Soto Colchín
Ciudad de Guatemala

Estimada Licenciada Soto.

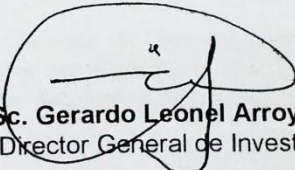
Acuso recibo de su carta con la cual solicita un espacio en la Dirección General de Investigación para realizar un diagnóstico y una estrategia de comunicación, como parte de su trabajo final de la Maestría en Comunicación Organizacional en esta Casa de Estudios Superiores.

A este respecto, le informo que no hay inconveniente en que usted realice el diagnóstico y la estrategia, al contrario agradezco desde ya el trabajo que brindará a esta dependencia. Únicamente, previo a que inicie su trabajo necesito que presente su plan de trabajo para discutirlo con el suscrito.

Al reiterarle mi agradecimiento por el trabajo a realizar, suscribo de usted.

Muy atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


M.Sc. Gerardo Leonel Arroyo Catalán
Director General de Investigación



c.c. archivo
/elmdc



Recibi
María
Chicas
04/07/15
10:40 am



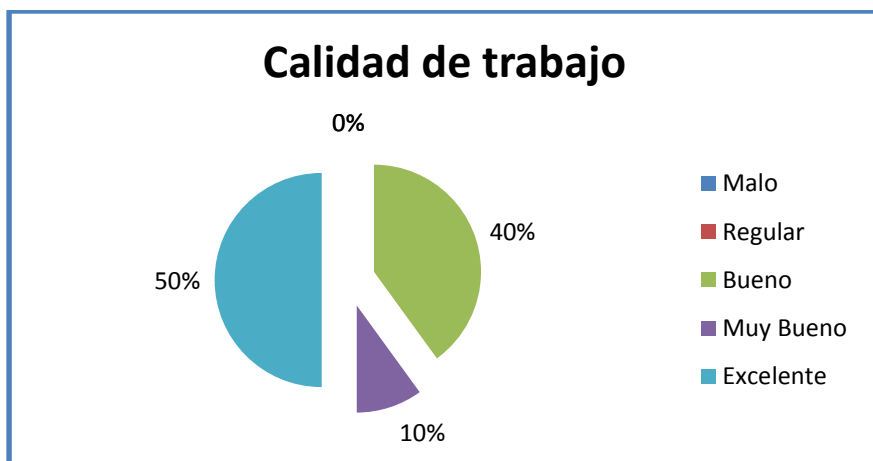
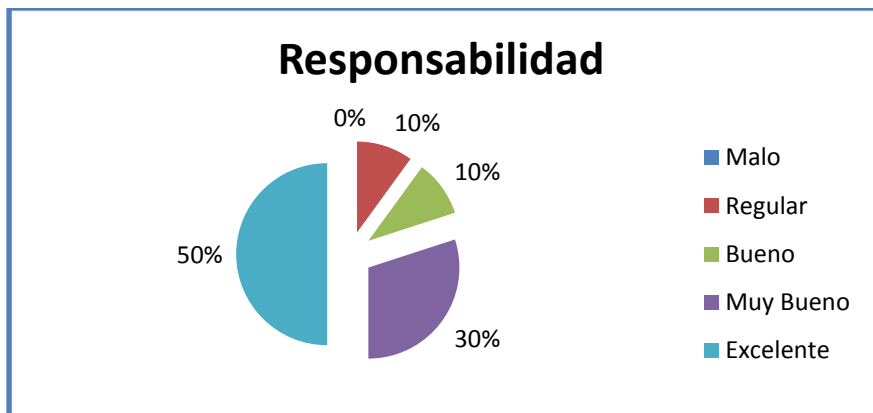
Dirección General
de Investigación

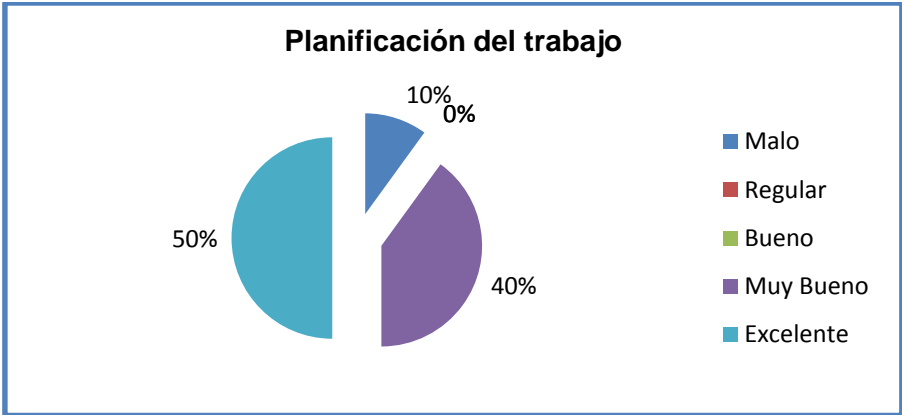
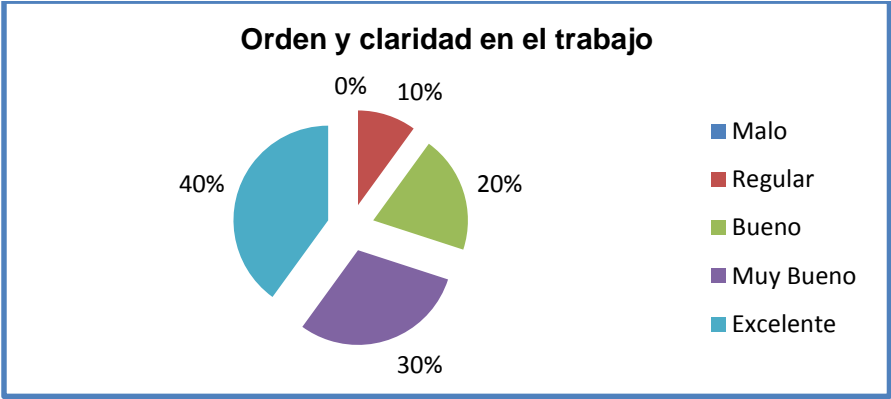
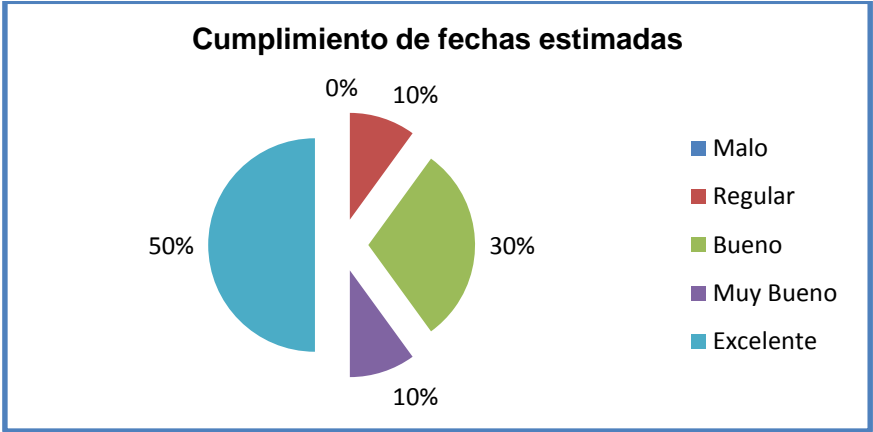
Edificio S-11, Tercer Nivel, Ciudad Universitaria, Zona 12.
Teléfonos directos:
(502) 2418 - 7950, 2418 - 7951, 2418 - 7952

E-mail : digi@usac.edu.gt
<http://digi.usac.edu.gt>

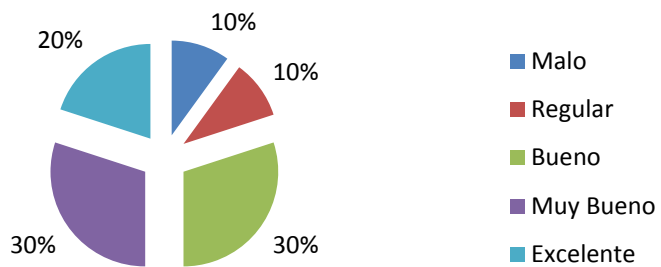
Anexo 07 – Resultados de la autoevaluación del personal

Desempeño laboral	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente	Total
1. Responsabilidad	0	1	1	3	5	10
2. Calidad de trabajo	0	0	4	1	5	10
3. Cumplimiento de fechas estimadas	0	1	3	1	5	10
4. Orden y claridad en el trabajo	0	1	2	3	4	10
5. Planificación del trabajo	1	0	0	4	5	10
6. Capacidad de delegar tareas	1	1	3	3	2	10
7. Grado de conocimiento funcional (experiencia en el trabajo)	0	0	2	2	6	10

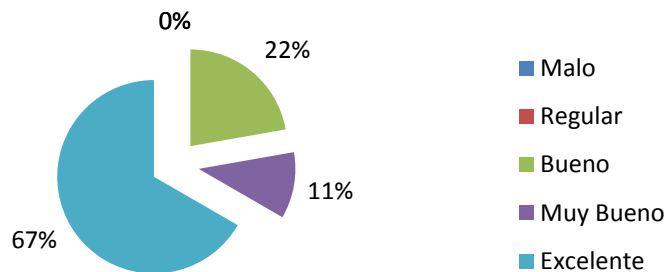




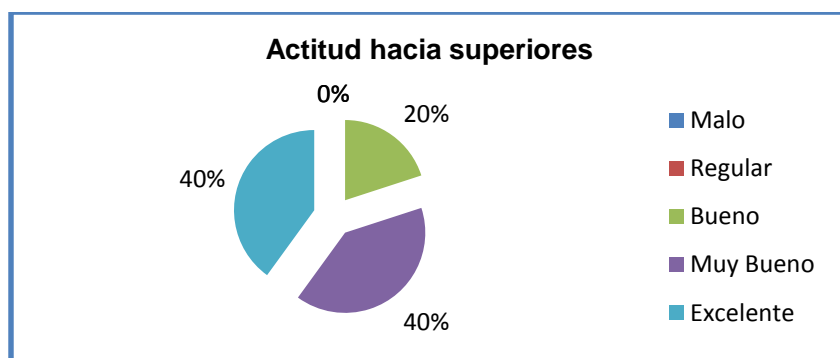
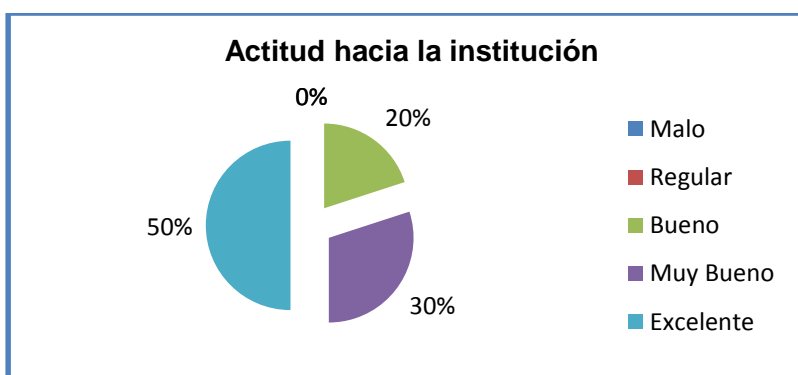
Capacidad de delegar tareas

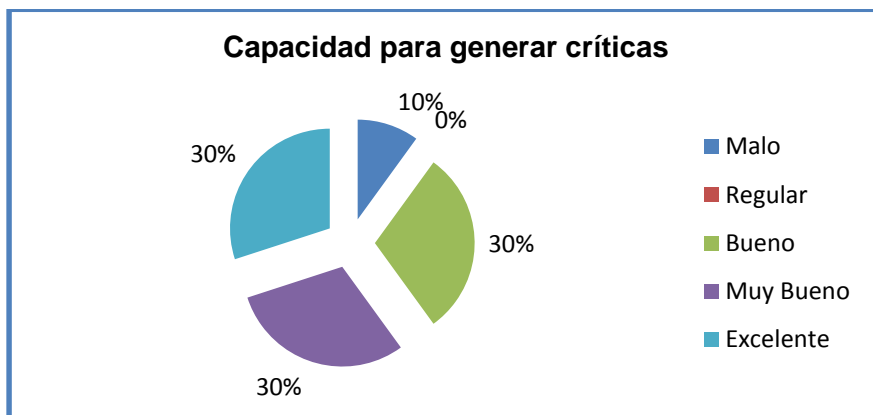
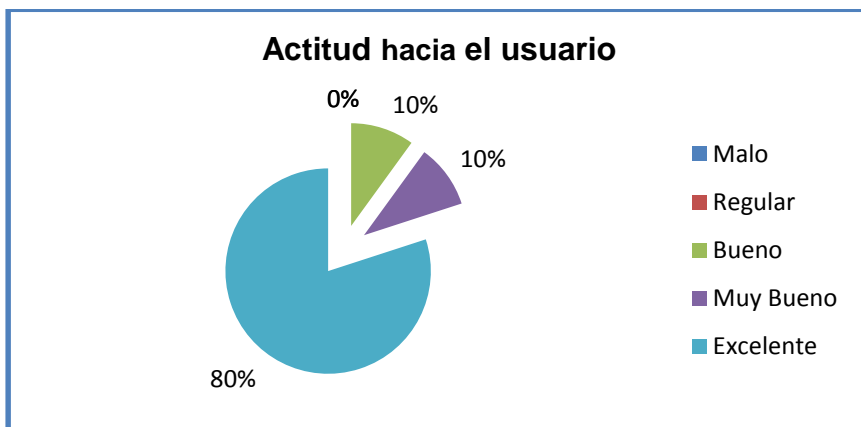
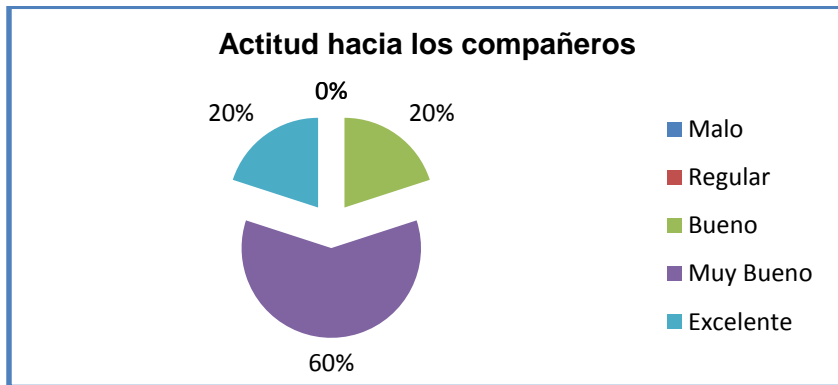


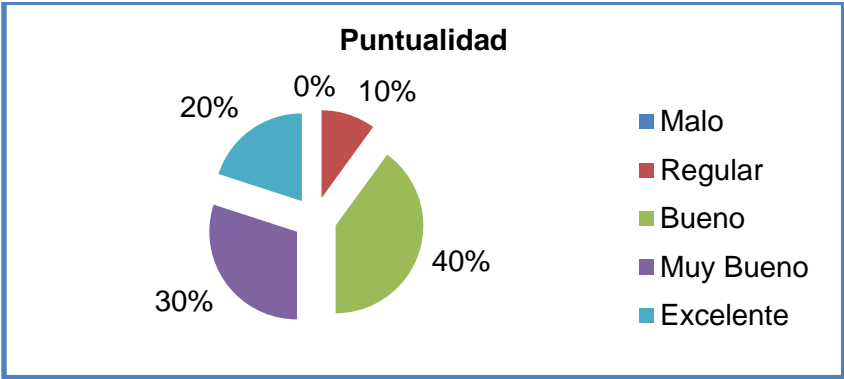
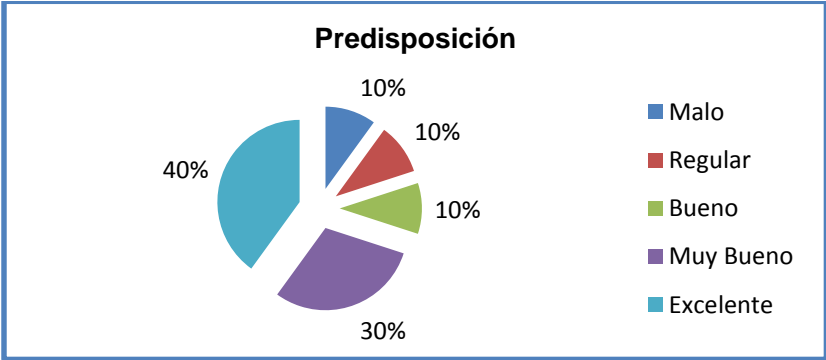
Grado de conocimiento funcional



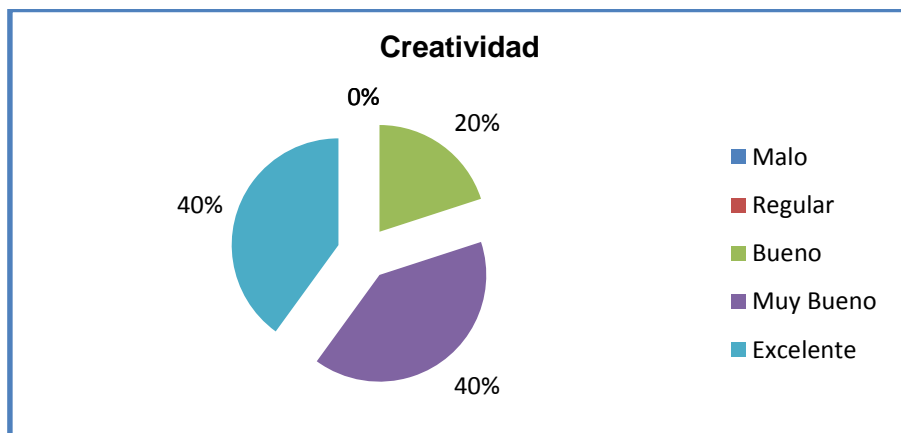
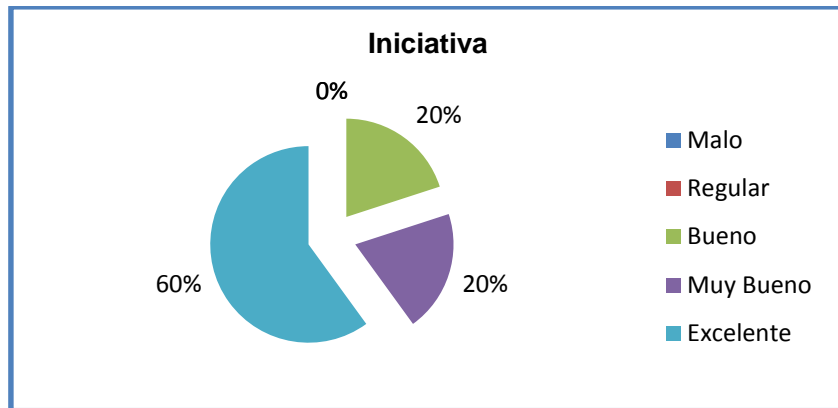
Factor Humano/Actitudes	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente	Total
8. Actitud hacia la organización	0	0	2	3	5	10
9. Actitud hacia superiores	0	0	2	4	4	10
10. Actitud hacia los compañeros	0	0	2	6	2	10
11. Actitud hacia el usuario	0	0	1	1	8	10
12. Capacidad para generar críticas	1	0	3	3	3	10
13. Predisposición	1	1	1	3	4	10
14. Puntualidad	0	1	4	3	2	10

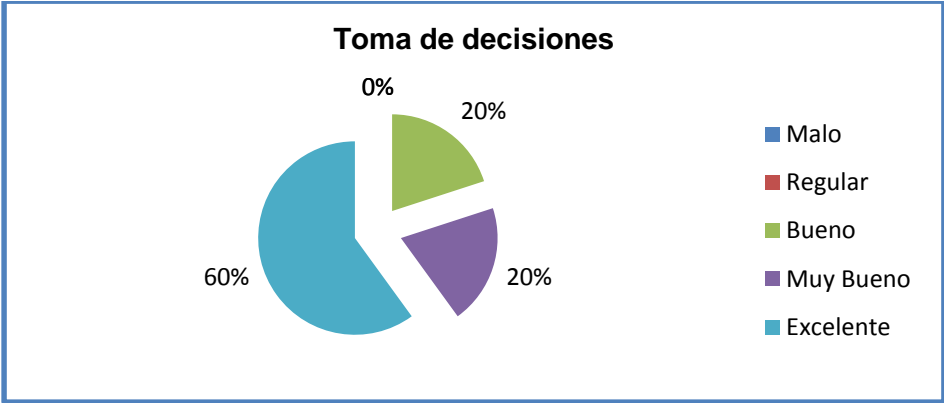
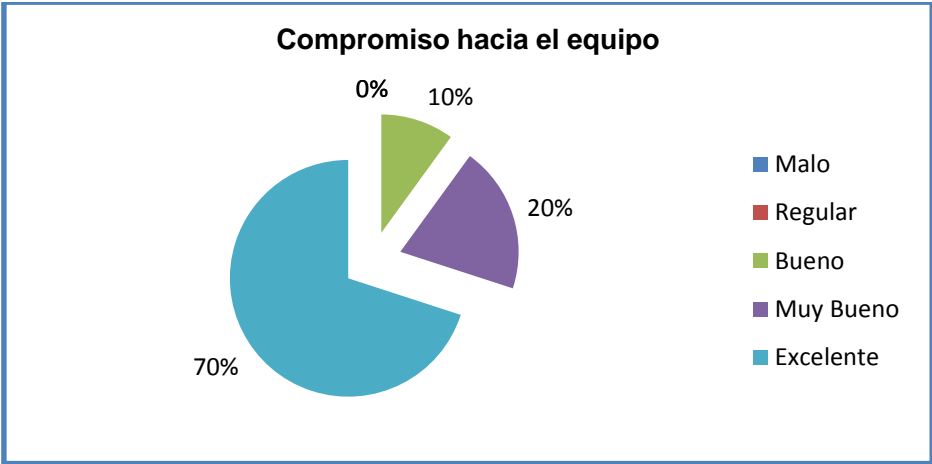
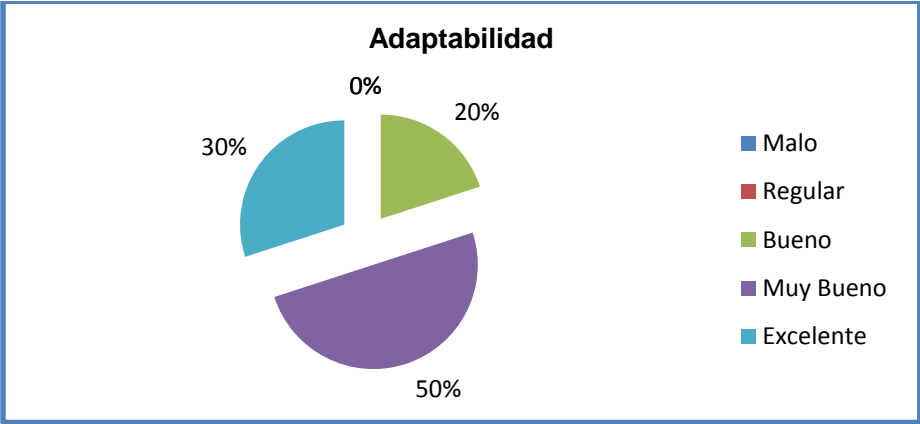




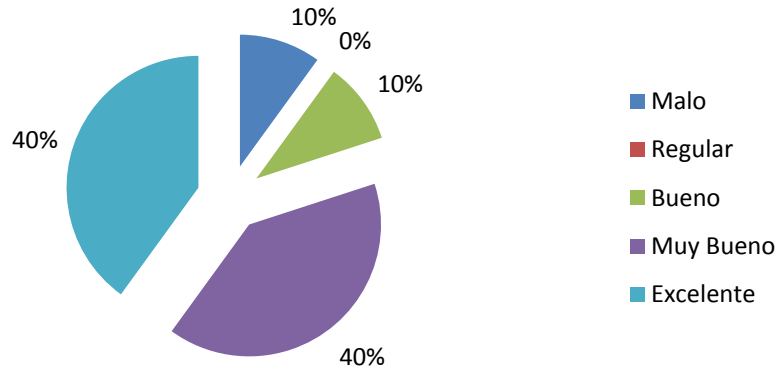


Habilidades	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente	Total
15. Iniciativa	0	0	2	2	6	10
16. Creatividad	0	0	2	4	4	10
17. Adaptabilidad	0	0	2	5	3	10
18. Compromiso hacia el equipo	0	0	1	2	7	10
19. Toma de decisiones	0	0	2	2	6	10
20. Utilización de la inteligencia emocional	1	0	1	4	4	10
21. Respuesta bajo presión	0	1	2	4	3	10

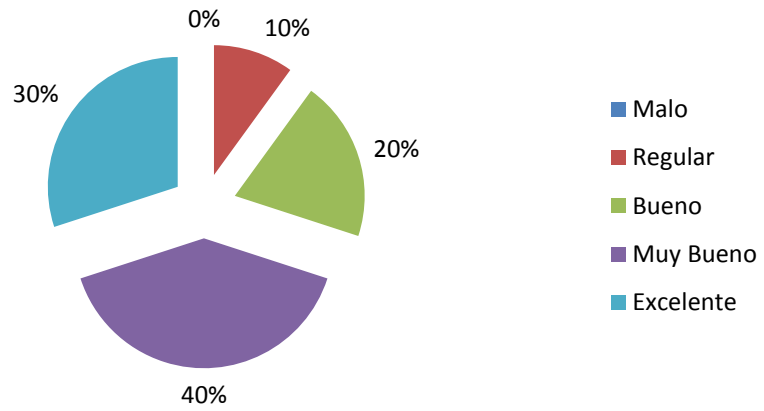




Utilización de la inteligencia emocional

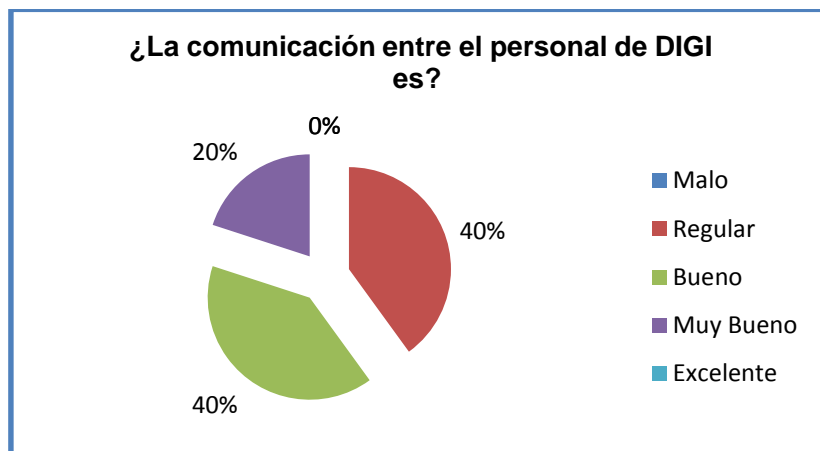
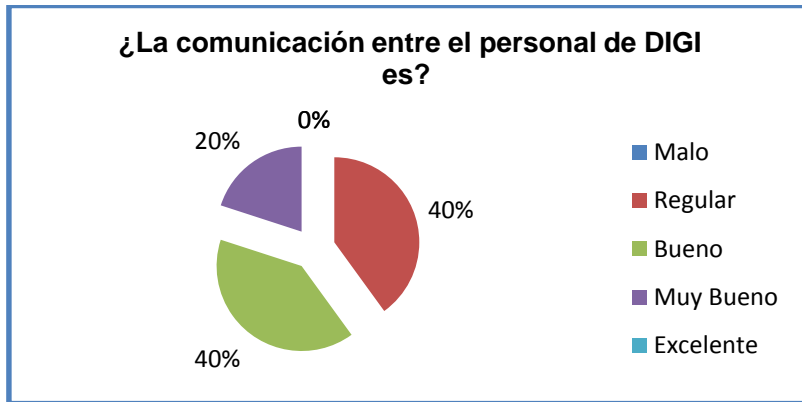


Respuesta bajo presión

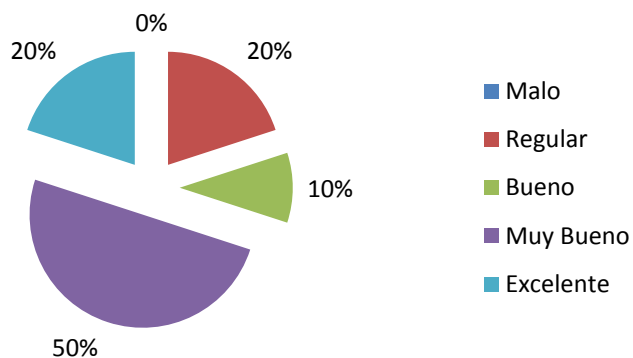


**Anexo 08 - Resultados de la encuesta comunicación interna y externa
organizacional
Personal de la DIGI**

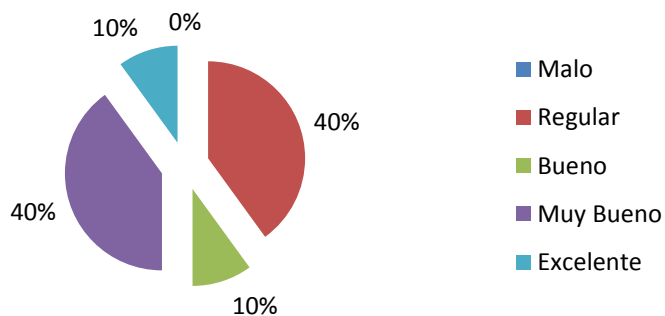
Comunicación Interna Organizacional	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente	Total
¿La comunicación entre el personal de DIGI es?	0	4	4	2	0	10
¿Cómo califica las relaciones interpersonales en la DIGI?	0	3	4	3	0	10
¿Cómo se encuentra la comunicación entre personas del mismo puesto?	0	2	1	5	2	10
¿Cómo califica la comunicación entre las unidades de la DIGI?	0	4	1	4	1	10
¿Cómo percibe los canales de comunicación interna?	0	3	2	5	0	10



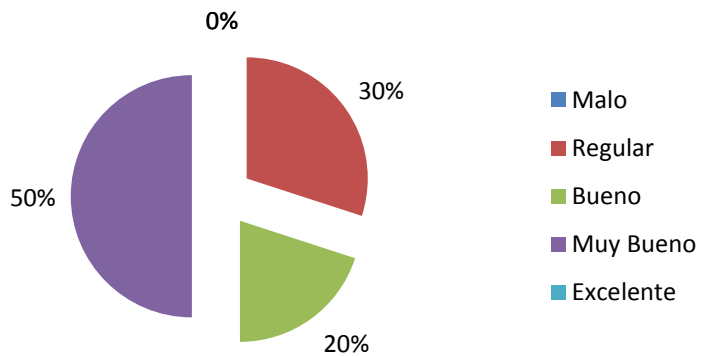
¿Cómo se encuentra la comunicación entre personas del mismo puesto?



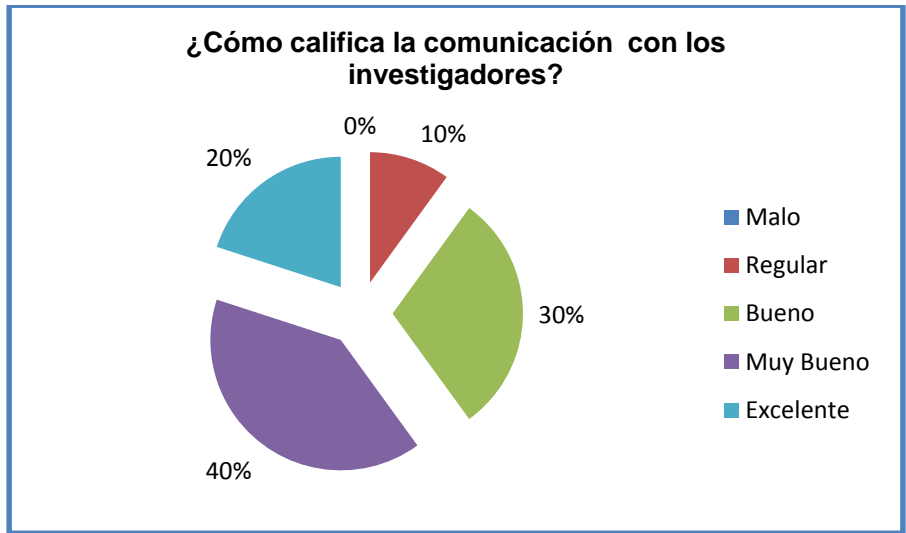
¿Cómo califica la comunicación entre las unidades de la DIGI?

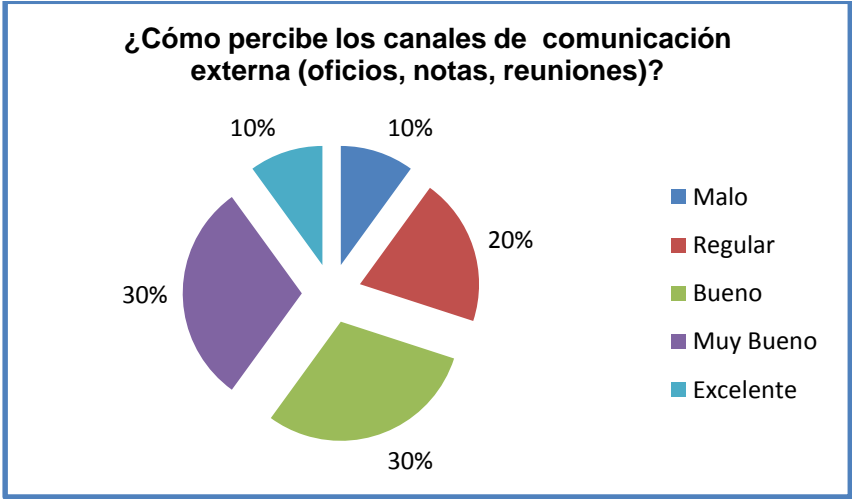
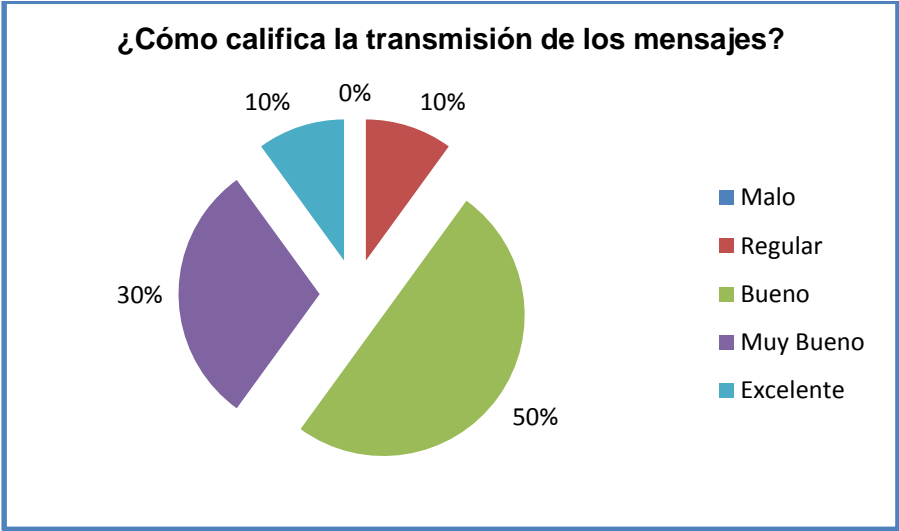


¿Cómo percibe los canales de comunicación interna?

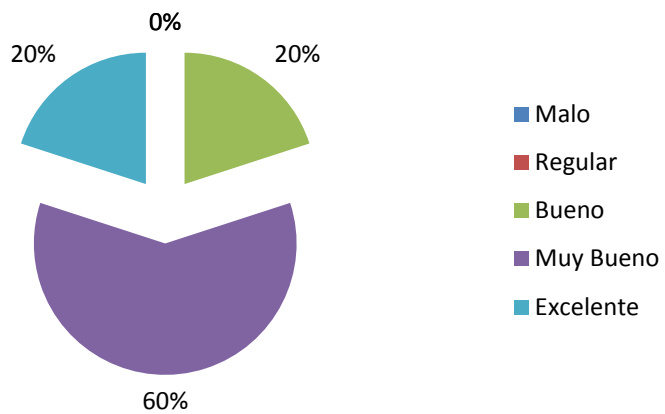


Comunicación Externa Organizacional	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente	Total
¿Cómo califica la comunicación con los investigadores?	0	1	3	4	2	10
¿Cómo califica la transmisión de los mensajes?	0	1	5	3	1	10
¿Cómo percibe los canales de comunicación externa (oficios, notas, reuniones)?	1	2	3	3	1	10
¿Cómo califica la atención al público en la DIGI?	0	0	2	6	2	10
¿Cómo califica los medios para comunicar externamente?	0	2	2	5	5	14

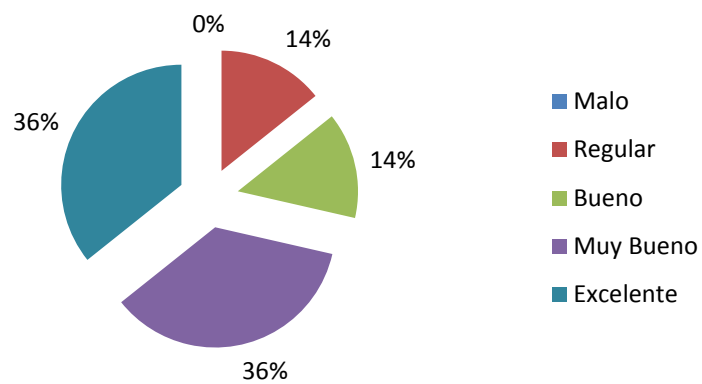




¿Cómo califica la atención al público en la DIGI?

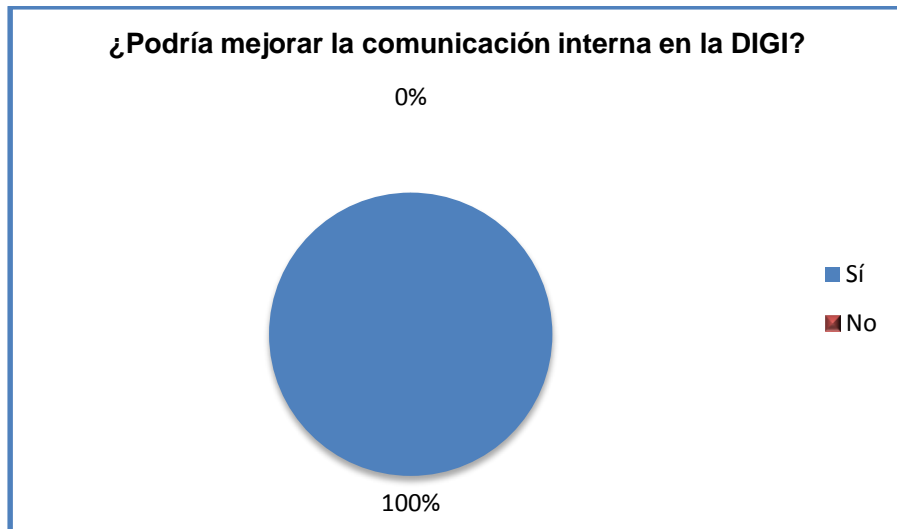


¿Cómo califica los medios para comunicar externamente?



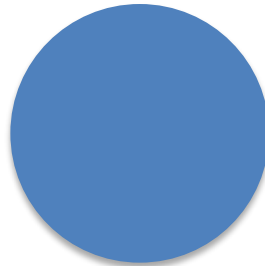
Anexo 09 – Resultados de la encuesta abierta dirigida al personal de la DIGI

Encuesta dirigida a trabajadores de DIGI	Respuesta	
	Si	No
¿Podría mejorar la comunicación interna en la DIGI?	10	0
¿Puede mejorar la comunicación entre las unidades de la DIGI?	10	0
¿Recibe cursos que permitan la actualización y mejoría en las actividades diarias?	1	9
¿Se puede mejorar la comunicación en su unidad?	8	2
¿Existe algún tipo de comunicación en crisis?	3	7
¿Considera que pueden mejorarse los canales de comunicación?	10	0



¿Puede mejorar la comunicación entre las unidades de la DIGI?

0%



■ Sí

■ No

100%

¿Recibe cursos que permitan la actualización y mejoría en las actividades diarias?

10%

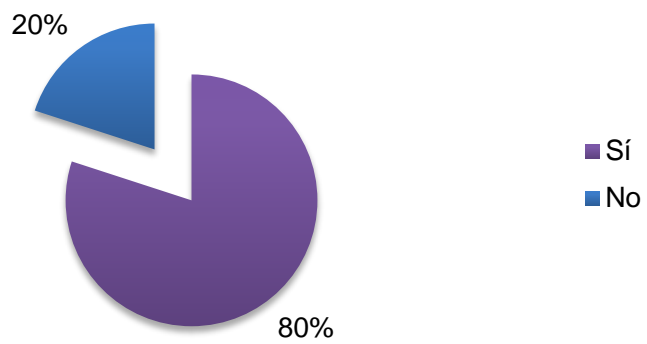


■ Sí

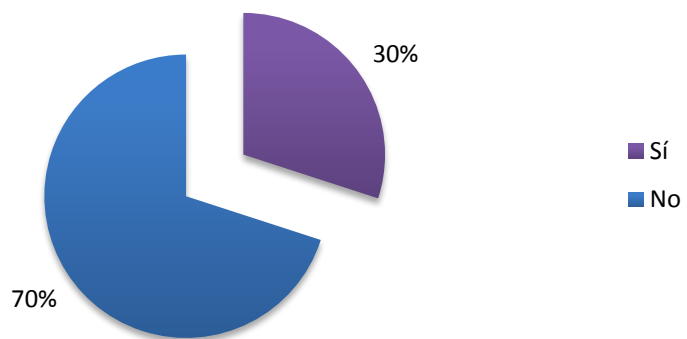
■ No

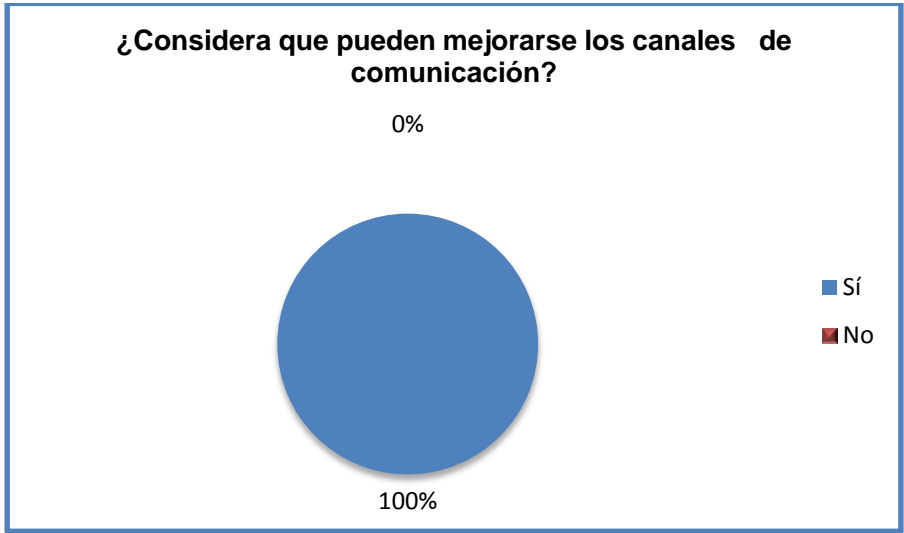
90%

¿Se puede mejorar la comunicación en su unidad?

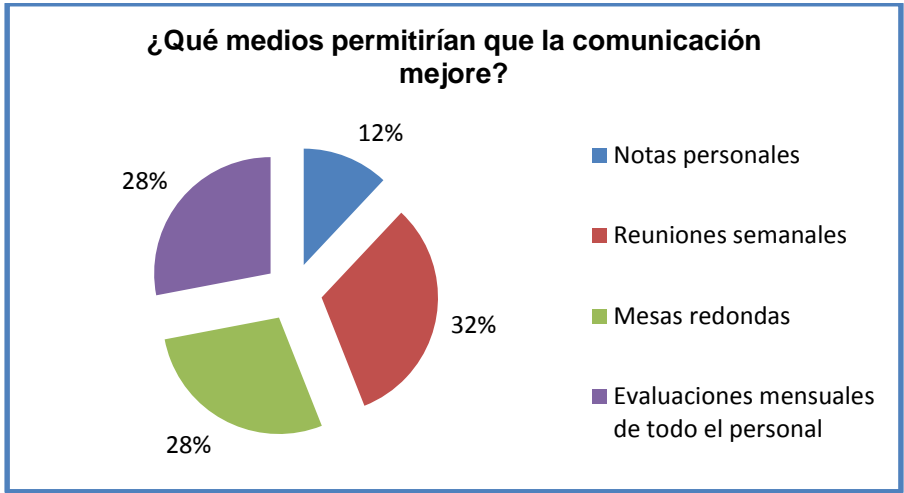


¿Existe algún tipo de comunicación en crisis?



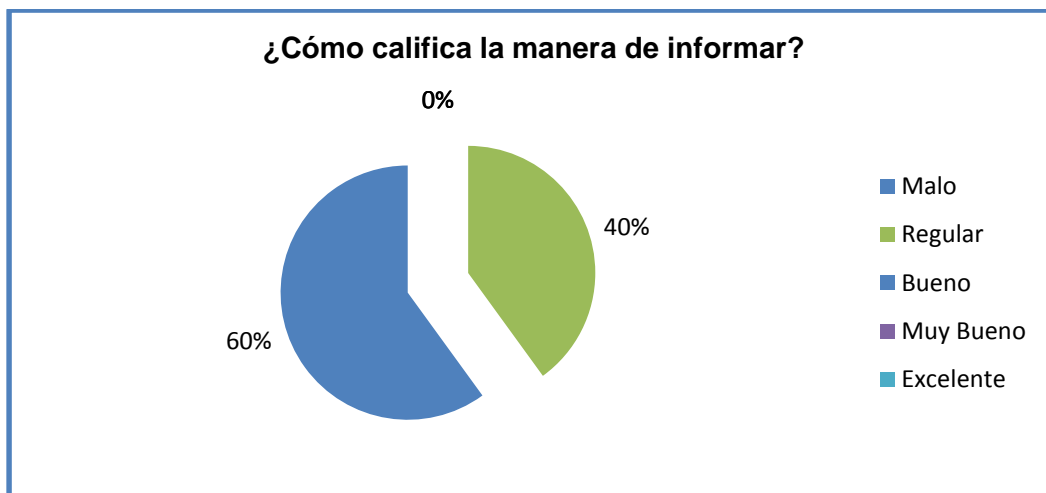


Encuesta dirigida a trabajadores de DIGI	Respuesta			
	Notas personales	Reuniones semanales	Mesas redondas	Evaluaciones mensuales de todo el personal
7. ¿Qué medios permitirían que la comunicación mejore?	3	8	7	7

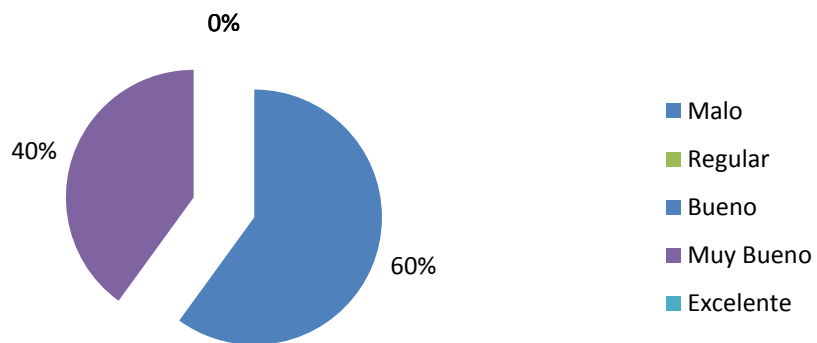


Anexo 10 – Resultados de la encuesta comunicación externa

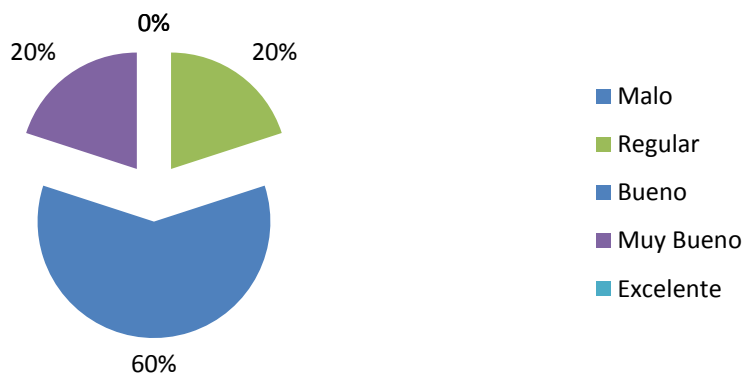
Comunicación Externa	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente	Total
¿Cómo califica la manera de informar?	0	2	3	0	0	5
¿Cómo califica la comunicación hacia el exterior de la DIGI?	0	0	3	2	0	5
¿Cómo es la retroalimentación que existe en la información que se socializa?	0	1	3	1	0	5
¿Cómo califica la comunicación entre el personal de la DIGI y los investigadores?	0	1	2	2	0	5
¿Cómo percibe los canales de comunicación externa?	0	1	2	2	0	5



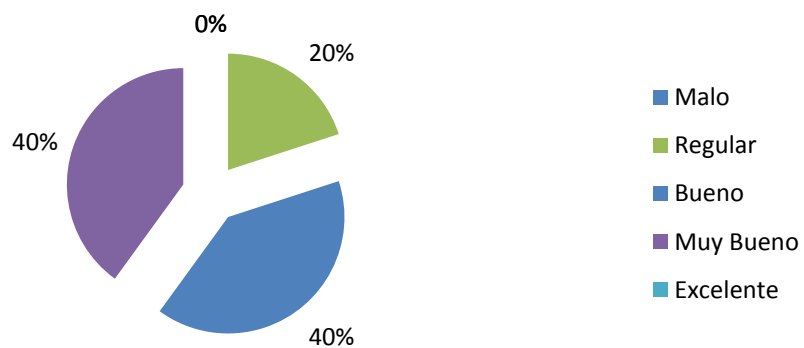
¿Cómo califica la comunicación hacia el exterior de la DIGI?



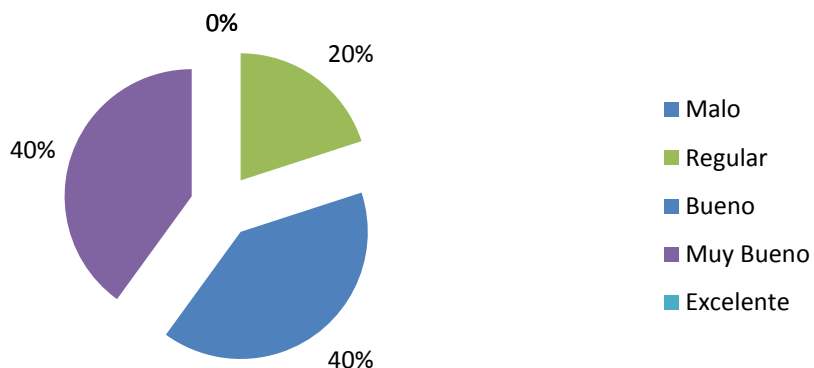
¿Cómo es la retroalimentación que existe en la información que se socializa?



¿Cómo califica la comunicación entre el personal de la DIGI y los investigadores?

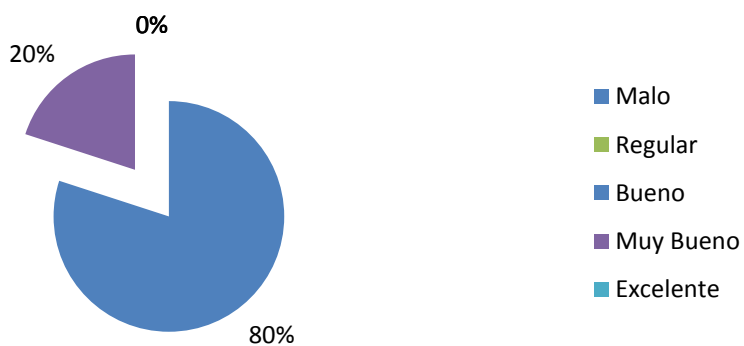


¿Cómo percibe los canales de comunicación externa?

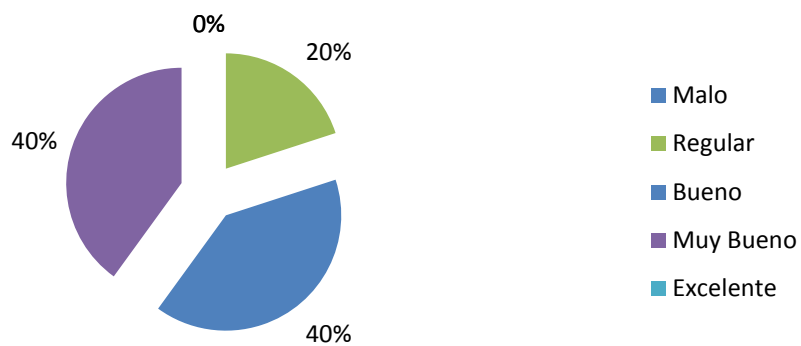


Comunicación Externa	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente	Total
¿Cómo calificara la comunicación con el personal de la DIGI?	0		4	1	0	5
¿Cómo califica los métodos de retroalimentación hacia el investigador?	0	1	2	2	0	5
¿Cómo califica los canales de comunicación externa?	0	1	3	1	0	5
¿Cómo califica los medios de comunicación para socializar la información?	0	0	3	2	0	5
¿Cómo califica la atención recibida de parte del personal de la DIGI?		0	2	2	1	5

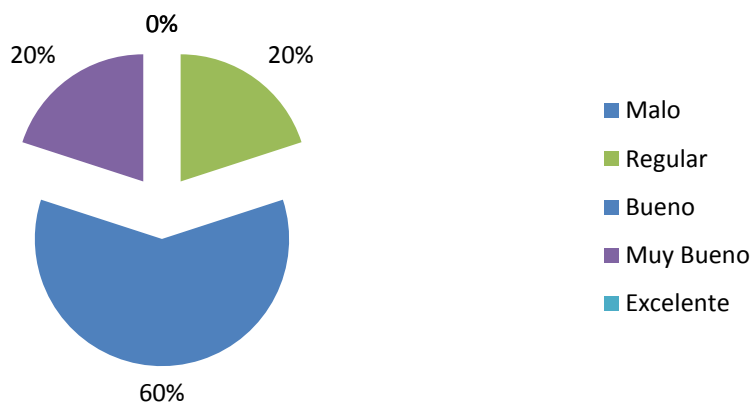
¿Cómo calificara la comunicación con el personal de la DIGI?



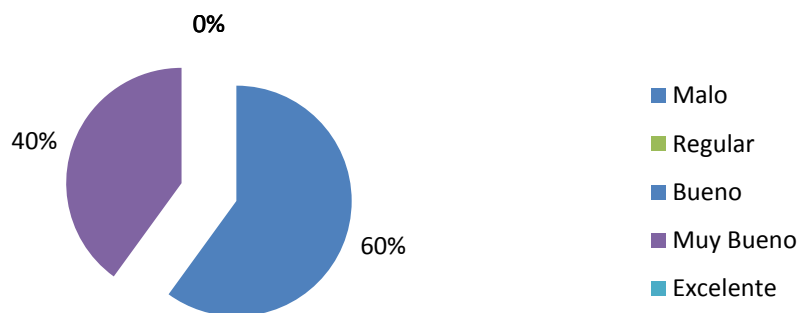
¿Cómo califica los métodos de retroalimentación hacia el investigador?



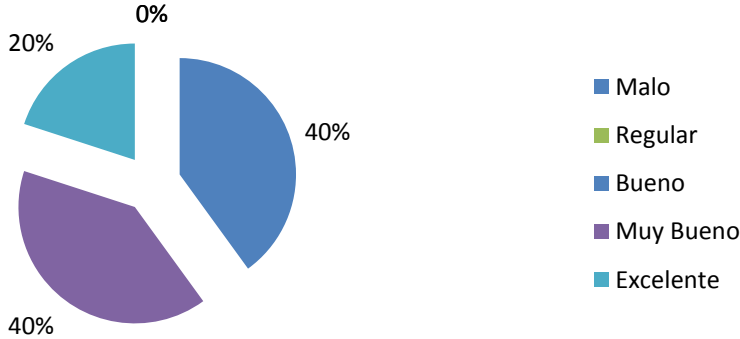
¿Cómo califica los canales de comunicación externa?



¿Cómo califica los medios de comunicación para socializar la información?

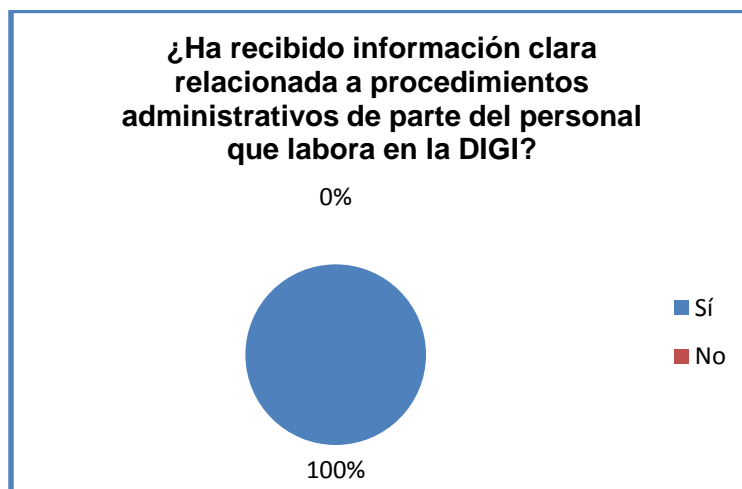


¿Cómo califica la atención recibida de parte del personal de la DIGI?



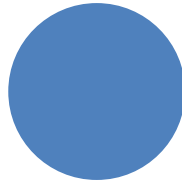
Anexo 11 – Resultados de la encuesta abierta dirigida a investigadores de DIGI

Encuesta dirigida a investigadores de DIGI	Respuesta		
	Sí	No	Total
1. ¿Ha recibido información clara relacionada a procedimientos administrativos de parte del personal que labora en la DIGI?	10	0	10
3. ¿El personal de DIGI debe mejorar su comunicación con las personas que la visitan?	10	0	10
4. ¿Considera que la comunicación en la DIGI puede mejorar?	1	9	10
5. ¿Podría mejorar la atención que prestan las oficinas de la DIGI?	8	2	10
6. ¿Ha recibido mejor atención de un área en específico, si es así indique cuál?	3	7	10



¿El personal de DIGI debe mejorar su comunicación con las personas que la visitan?

0%



100%

■ Sí
■ No

¿Considera que la comunicación en la DIGI puede mejorar?

10%

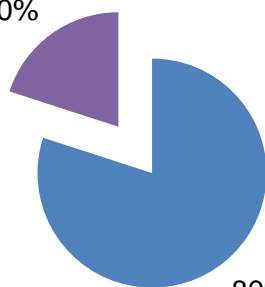


90%

■ Sí
■ No

¿Podría mejorar la atención que prestan las oficinas de la DIGI?

20%

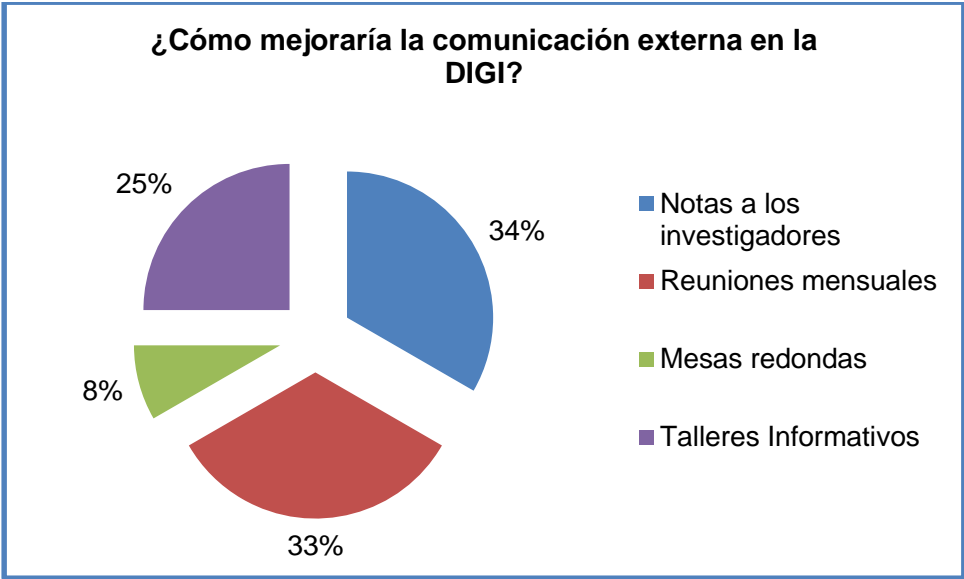


80%

■ Sí
■ No



Encuesta dirigida a investigadores de DIGI	Respuesta			
	Notas a los investigadores	Reuniones mensuales	Mesas redondas	Talleres Informativos
2. ¿Cómo mejoraría la comunicación externa en la DIGI?	4 – 34%	4 – 33%	1 – 8%	3 – 25%



Anexo 12 – Guía para reuniones de trabajo



UNA REUNIÓN DE TRABAJO

Es el espacio donde se logra una interacción entre miembro de una organización con el fin de generar, coordinar, construir, evaluar, etc. diversas acciones de la naturaleza de la institución.

Tipos de reuniones

Existen varios tipos de reuniones, estas se rigen en función de los fines que se establecen, dentro de los tipos de reuniones se pueden mencionar:

- **Planificación:** se enfocan establecer a futuro actividades, proyectos, procedimientos entre otras, en la cual se necesite la generación de ideas del personal para poder enriquecer el trabajo.
- **Control:** en este tipo de reuniones se monitorea todas las actividades, que como resultado brindaran información para poder establecer si se están cumpliendo los objetivos planteados.
- **Evaluación:** se enfoca directamente en los resultados ya sea de actividades o procedimientos, se analizan y se toman decisiones.
- **Participación:** Analiza conjuntamente los procedimientos, cargas laborales, plazos de resultados, entre otras que se deben generar desde el trabajo en grupo.
- **Negociación:** se realizan cuando se necesita consensuar y negociar aspectos importantes que pueden afectar o beneficiar a todo el equipo de la organización.
- **Información:** se llevan a cabo cuando se necesita comunicar algún tipo de información, la cual se necesita explicar con mayor detalle.
- **Consultiva:** se enfoca en consultar al personal algún tipo de información que contribuirá a ampliar los datos que se poseen.

Dentro de este contexto, se establece esta guía para la elaboración de las reuniones de trabajo en la DIGI, estableciéndose en pasos fundamentales para el éxito esperado en cada reunión de trabajo, a continuación se presenta el esquema del procedimiento básico para poder llevar a cabo las reuniones de trabajo.

ANTES DE LA REUNIÓN

Previo a cualquier reunión a realizarse, se debe justificar o establecer el motivo por el cual se va a realizar, partiendo de esto se puede determinar el propósito de la reunión, una vez establecido el propósito se elige que tipo de reunión se va a realizar.

Es importante asignar una persona responsable que ejecute toda la logística de la reunión, cumpliendo con el establecimiento de la agenda, la elección de la fecha, horario y lugar, así como los materiales y por ultimo generar el listado de participantes a los cuales se les va a convocar.



Antes de la reunión



Determinación del propósito

Determinación el tipo de reunión

Asignar responsable

Generar la agenda (Fecha, Horario)

Establecer el espacio físico

Elegir a los participantes

Enviar convocatoria

DURANTE LA REUNIÓN

Al llevar a cabo la reunión es necesario iniciar puntualmente, también recibir a los participantes de manera cordial, una vez iniciada se debe socializar la agenda y revisarla conjuntamente, posterior a ello se deben asignar roles específicos, también fomentar la participación de todos los asistentes, es importante no perder de vista el objetivo y mantener el dialogo en el tema a tratar. Durante la reunión es importante documentar los resultados y establecer el seguimiento de los posibles acuerdos o compromisos.



Ciudad Universitaria zona 12
Tel: 24188000

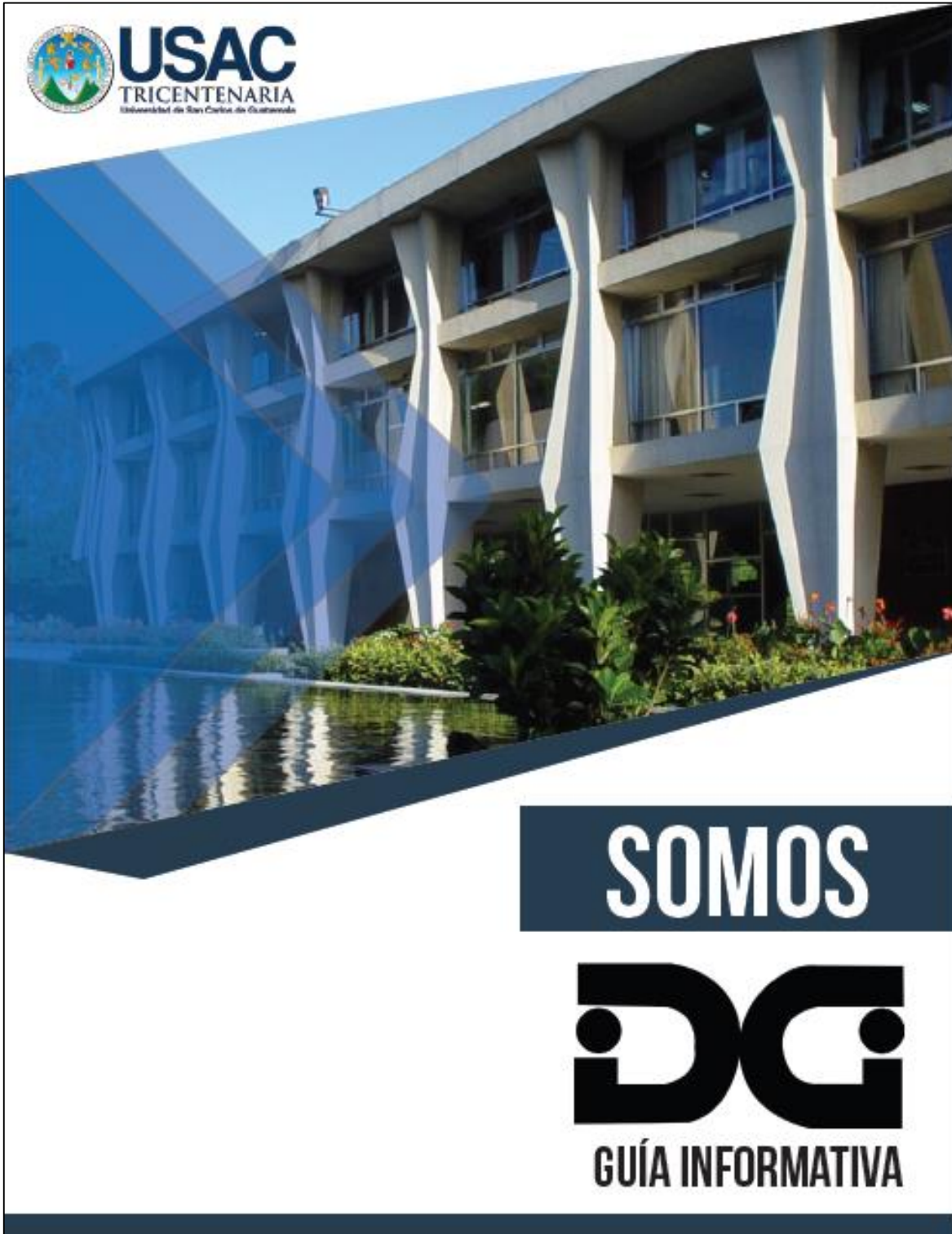
DESPÚES LA REUNIÓN

Al llevar a cabo reuniones de trabajo es importante realizar el seguimiento de los posibles acuerdos o compromisos a los cuales se llegaron, para ello es necesario enviar el resumen de la reunión, el responsable conjuntamente con las autoridades superiores deben evaluar los resultados de la reunión, así como monitorear los procesos derivados de la reunión.





Anexo 13 – Guía informativa “SOMOS DIGI”



SOMOS DIGI

NUESTRA MISIÓN

Somos el órgano coordinador del Sistema de Investigación que administra y optimiza los recursos destinados a la investigación científica en la Universidad de San Carlos de Guatemala, así como, promovemos, coordinamos la investigación científica a través de los programas universitarios creados para el efecto, y coadyuvamos al desarrollo nacional de manera integral a través de la generación y aplicación del conocimiento científico.

NUESTRA VISIÓN

Ser el ente que impulse la solución de problemas nacionales a través de la generación del conocimiento científico, mediante la vinculación con todos los sectores de la sociedad y la promoción de la ciencia y la tecnología.

NUESTROS OBJETIVOS

- Desarrollar todo tipo de acción que tienda a integrar la investigación con la docencia y la extensión.
- Promover acciones que tiendan a difundir amplia, oportuna y adecuadamente los resultados de la investigación.
- Coordinar la investigación con los centros, institutos, departamentos o coordinaciones, como elementos del Subsistema Operativo, para que prioricen los problemas a investigar, fortalezcan el proceso de enseñanza-aprendizaje y estudien permanente los problemas nacionales para ofrecer soluciones.
- Preparar el presupuesto anual del Sistema de Investigación, para elevarlo a consideración y aprobación del Consejo Superior Universitario.
- Convocar al Consejo Coordinador e Impulsor de la Investigación, por lo menos dos veces por mes, para realizar reuniones de trabajo.



Ciudad Universitaria zona 12
Tel: 24188000

- Ejecutar las directrices que determine el Consejo Coordinador e Impulsor de la Investigación.
- Promover acciones para lograr el adecuado funcionamiento de los Programas Universitarios de Investigación.
- Aprovechar el potencial universitario en investigación, para vincularlo con otras instituciones u organismos, tanto nacionales como internacionales.

NUESTROS REDES SOCIALES



facebook/digienlinea



@noticiasdigi



DIGIUSAC

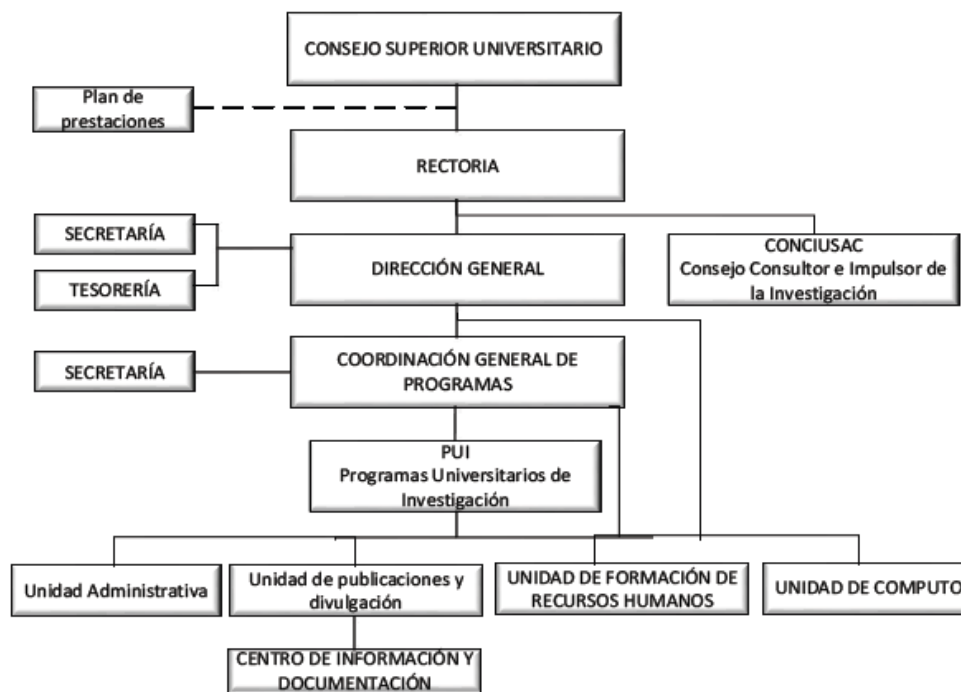


NUESTRA PÁGINA WEB

WWW.DIGI.EDU.GT



NUESTRA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



NUESTROS MATERIALES INFORMATIVOS

- Boletines Informativos
- Revista "Investigación y Posgrado"
- Biblioteca Virtual
- Plan Estratégico 2014-2019

Ciudad Universitaria zona 12
Tel: 24188000





USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

DC

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CIUDAD UNIVERSITARIA ZONA 12
TEL: 24188000

Anexo 14 – Trifoliar informativo

NUESTRAS PRINCIPALES ACTIVIDADES SON:

- Establecer canales de comunicación con centros, institutos y departamentos o coordinaciones de investigación.
- Coordinar la evaluación de los proyectos de investigación
- Gestionar recursos para el desarrollo de la Investigación.
- Promover la formación de recursos humanos en Investigación.
- Difundir y publicar los resultados de la investigación.



ENTÉRATE!

• Las fuentes de información que utilizamos para socializar son las siguientes:

- Boletines
- Revista DIGI
- Planes Estratégicos
- Fondo de Investigación
- Centro de Información y Documentación –CINDIGI-
- Página web

¿QUIERES PARTICIPAR?

Puedes participar llenando los requisitos de las convocatorias que se publican a través de la página web, redes sociales y en nuestras oficinas.



DIGI
DIRECCIÓN GENERAL
DE INVESTIGACIÓN

Facebook Twitter Search

Ciudad Universitaria Zona 12
Edificio 511, Tercer nivel
Dirección General de Investigación
Teléfono: 2418-7950 / 24187952
<http://digi.usac.edu.gt>



Ciudad Universitaria zona 12
Tel: 24188000

youtube: digi.usac f digi@linea notiasdigi

NUESTROS OBJETIVOS

Nuestros objetivos:

- Desarrollar todo tipo de acción que tienda a integrar la investigación con la docencia y la extensión.
- Promover acciones que tiendan a difundir amplia, oportuna y adecuadamente los resultados de la investigación.
- Coordinar la investigación con los centros, institutos, departamentos o coordinaciones, como elementos del Subsistema Operativo, para que prioricen los problemas a investigar, fortalezcan el proceso de enseñanza-aprendizaje y estudien permanentemente los problemas nacionales para ofrecer soluciones.
- Preparar el presupuesto anual del Sistema de Investigación, para elevarlo a consideración y aprobación del Consejo Superior Universitario.
- Convocar al Consejo Coordinador e Impulsor de la Investigación, por lo

menos dos veces por mes, para realizar reuniones de trabajo.

- Ejecutar las directrices que determine el Consejo Coordinador e Impulsor de la Investigación.
- Promover acciones para lograr el adecuado funcionamiento de los Programas Universitarios de Investigación.
- Aprovechar el potencial universitario en investigación, para vincularlo con otras instituciones u organismos, tanto nacionales como internacionales.

¿DÓNDE ESTAMOS UBICADOS?

Ciudad Universitaria zona 12, Edificio S11, 3er nivel Dirección General de Investigación.

¿Qué hacemos?

Apoyamos e impulsamos las investigaciones dentro y fuera de la Universidad en tres distintas áreas: Social Humanístico, Tecnológica y Salud.

NUESTRA MISIÓN:

Somos el órgano coordinador del Sistema de Investigación que admi-


nistra y optimiza los recursos destinados a la investigación científica en la Universidad de San Carlos de Guatemala, así como, promovemos, coordinamos la investigación científica a través de los programas universitarios creados para el efecto, y coadyuvamos al desarrollo nacional de manera integral a través de la generación y aplicación del conocimiento científico.


NUESTRA VISIÓN:

Ser el ente que impulse la solución de problemas nacionales a través de la generación del conocimiento científico, mediante la vinculación con todos los sectores de la sociedad y la promoción de la ciencia y la tecnología.




Anexo 15 – Ficha para el buzón de sugerencias





USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



CALIFICA NUESTRO SERVICIO

FECHA _____

1. ¿Cómo califica nuestra atención?

Bueno Malo Regular Excelente

¿Por qué?

2. ¿Le brindaron toda la información y apoyo necesario?

Sí No

¿Por qué?

3. ¿Encontró suficiente información para realizar sus trámites?

Sí No

¿Por qué?

4. ¿Qué sugerencia puede darnos para mejorar el servicio?

125

Anexo 16 – Plan de evaluación DIGI

**PLAN DE EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO
DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



PRESENTACIÓN:

El presente plan de evaluación del desempeño surge de la necesidad de contar con una herramienta técnica que sirva de base para la toma de decisiones, con la finalidad de fortalecer el equipo de trabajo y mejorar los procesos que se realizan en la Dirección General de Investigación; para dar una respuesta oportuna.

JUSTIFICACIÓN:

La Dirección General de Investigación mantiene un alto grado de responsabilidad a la hora de socializar e informar a la población sobre las investigaciones que se realizan; dentro de las necesidades detectadas en el personal se encuentra la de realizar evaluaciones que permitan mejorar el rendimiento de cada trabajador, y así también optimizar el trabajo colectivo, el servicio prestado y las relaciones interpersonales.

OBJETIVO:

Evaluar en base a resultados, el desempeño del equipo de trabajo de la Dirección General de Investigación, buscando mejorar la eficiencia en cada uno de los integrantes del equipo que contribuya a fortalecer los procesos y la comunicación.

OBJETIVO ESPECIFICO:

- Contar con un instrumento técnico que permita evaluar de forma objetiva los conocimientos y las características individuales de los integrantes del equipo de la DIGI.
- Contar con evaluaciones que sirvan de base para la toma de decisiones, con el fin de fortalecer las debilidades en los procesos.



Ciudad Universitaria zona 12
Tel: 24188000

METODOLOGÍA

Para llevar a cabo las evaluaciones se plantea dos hojas de evaluación; la primera se debe trabajar con los integrantes del equipo los objetivos que se pueden alcanzar individualmente y colectivamente, vinculándolos con los objetivos de la DIGI.

La segunda hoja de evaluación debe de contemplar las características individuales, que corresponden a los valores que cada persona.

DIRECCIÓN Y EQUIPO SE REUNEN

FORMULACIÓN CONJUNTA DE OBJETIVOS

EJECUCIÓN: DIRECCIÓN APOYA, EL EQUIPO EJECUTA.

EVALUACIÓN CONJUNTA DE OBJETIVOS



POLÍTICAS DE APLICACIÓN

- La dirección mantendrá un sistema de evaluación del desempeño trimestral.
- Todos los integrantes de la dirección conocerán con anterioridad los criterios y factores con los cuales serán evaluados, el objetivo que tiene la evaluación, así como el seguimiento que se tendrá de los resultados.
- Todos los integrantes del equipo serán evaluados.
- La calificación obtenida en la evaluación de desempeño formará parte de los criterios a considerar para hacer reconocimientos al personal.
- Serán considerados para el proceso de evaluación del desempeño, todos los empleados que tengan una antigüedad mayor a los seis meses. Aquellos que tengan menos de seis meses, estarán en proceso de adaptación.
- El Director realizará el análisis de los resultados y las observaciones al personal.

DESPUÉS DE LA EVALUACIÓN

PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN

Se revisarán los resultados del método de evaluación ejecutado durante el período determinado, a cada uno de los integrantes del equipo.



Ciudad Universitaria zona 12
Tel: 24188000

INFORME

Se elaborará un informe con los resultados de los instrumentos, esto con la finalidad de documentar la información y que pueda ser socializada con la persona evaluada.

AVISO

Se realizará una reunión previa con el equipo de trabajo para la formulación de objetivos, esto servirá a su vez para informar que se iniciara el proceso de evaluación y los criterios a tomarse en consideración.

RESULTADO

Conforme, los resultados, se determinará, si es necesario darle capacitación al personal en el tema de mayor debilidad con respecto a la ejecución de su puesto y área de trabajo y/o comportamiento.

CAPACITACIÓN

Se debe aplicar un sistema de capacitación que consta de dos vía; una que se dé constante en un período determinado a todo el personal, y otra que sea específica para el mejoramiento de desempeño del evaluado según sea necesario.



PLAN DE ACCIÓN

Actividad	Responsable	Periodo	Evaluación	Resultado
Formulación de objetivos	Dirección y equipo de trabajo.	Jan-16	Dirección	Evaluar en base a resultados el desempeño de la Dirección General de Investigación.
Periodo de evaluación	Dirección	Febrero – Marzo	Dirección	
Elaboración de informes	Dirección	Febrero – Marzo	Dirección	
Comunicación de resultados	Dirección	Febrero – Marzo	Dirección	

Fuente: Elaboración propia en el marco de la Estrategia de Comunicación Organizacional, septiembre 2015

Calendario

La evaluación se realizará trimestralmente:

- Enero – Marzo
- Abril – Junio
- Julio – Septiembre
- Octubre – Diciembre



Ciudad Universitaria zona 12
Tel: 24188000

FORMATOS DE EVALUACIÓN

Versión 2015

Dirección General de Investigación

Evaluación de objetivos

Nombre del colaborador:	Nombre del Jefe:	Departamento o unidad:	
Puesto:	Trimestre:	Fecha:	
Descripción de: Objetivo, Meta o Proyecto desarro- llado:			
Tarea 1			
Tarea 2			
Tarea 3			
Tarea 4			
Total			

Fuente: Elaboración propia en el marco de la Estrategia de Comunicación Organizacional, septiembre 2015



DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN

CARACTERÍSTICAS INDIVIDUALES

Nombre del colaborador:	Nombre del Jefe:	Departamento o unidad:
Puesto:	Trimestre:	Fecha:

Característica a evaluar	Concepto	1 Deficiente	2 Regular	3 Bueno	4 Excelente	Selección
Actitud de servicio	Grado de cortesía con el que presta en el trato hacia los demás.	Pocas veces tiene buena actitud de servicio.	Algunas veces tiene buena actitud.	Tiene buena actitud de servicio.	Demuestra siempre excelencia en el trato.	
Responsabilidad	Es asumir consecuencias de las acciones, es responder por los resultados y no solo por los esfuerzos.	Pocas veces es responsable.	Algunas veces es responsable.	Es responsable	Siempre es responsable y corrige a corto plazo	
Trabajo en equipo	Es la voluntad de buscar el bien común tanto como el bien propio.	Pocas veces trabaja en equipo.	Algunas veces trabaja en equipo	Trabaja en equipo	Siempre trabaja en equipo.	
Proactividad	Es la voluntad de tomar la iniciativa, de correr riesgos razonables, de platicar y alcanzar metas.	Pocas veces es proactivo.	Algunas veces es proactivo.	Es proactivo.	Siempre es proactivo y sobrepasa metas.	
Calidad de respuesta	Es la rapidez y exactitud en la que se resuelven los requerimientos.	Pocas veces es rápido y exacto en la respuesta.	Algunas veces es rápido y exacto en la respuesta.	Resuelve los requerimientos de forma correcta y a tiempo.	Siempre resuelve correctamente y en menos tiempo.	
Puntualidad	Asistencia y puntualidad para iniciar las actividades y reuniones de trabajo.	Pocas veces es puntual.	Algunas veces es puntual.	Es puntual con excepciones justificadas.	Siempre es puntual	
Presentación personal	Cumplimiento de las normas básicas del vestuario y excelencia en el arreglo personal.	Pocas veces cumple las normas.	Algunas veces cumple las normas.	Cumple las normas y tiene buena presentación.	Siempre cumple las normas y tiene excelente presentación.	
Auto-capacitación	Grado de conocimiento en relación a las funciones del puesto y su área.	No se interesa en actividades que le generen nuevos conocimientos.	Algunas veces se capacita por necesidad.	Tiene los conocimientos justos para el desempeño de las funciones.	Se actualiza constantemente y tiene conocimientos adicionales.	

Fuente: Elaboración propia en el marco de la Estrategia de Comunicación Organizacional, septiembre 2015




USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

DCG


UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CIUDAD UNIVERSITARIA ZONA 12
TEL: 24188000

Anexo 17 – Plan de redes sociales

DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN



PLAN DE REDES SOCIALES



REDES SOCIALES

Objetivo:

- Aumentar la cantidad y calidad de información que se socializa en redes sociales para que esta sea oportuna, directa y adecuada para el usuario.

Específicos:

- Aumentar la cantidad de likes en la página de Facebook.
- Enunciar contenido de interés al público.
- Generar la reproducción del contenido compartido mediante los fans de las redes sociales.

Target:

- Mujeres y hombres que vivan en Guatemala, y que estén involucrados en temas de investigación para aportar a la sociedad.

Aspectos a tomar en cuenta:

- Fotografías e imágenes con una resolución mínima de 800 x 600 pixeles.
- Cuidar gestos y señales que se plasmen en las fotografías.
- Boca abierta
- Sonrisa fingida
- Ojos entre abiertos
- Ojos cerrados
- Personas comiendo



Ciudad Universitaria zona 12
Tel: 24188000

- Rostro con semblante de enojo o llanto.
- Excelencia en la ortografía, puntuación, redacción y uso de mayúsculas y minúsculas.
- Utilizar un lenguaje acorde al grupo objetivo.
- Ética de imágenes (que se puede publicar)
- Publicar imágenes propias
- Fotografías de reuniones de trabajo
- Fotografías de eventos
- No publicar imágenes copiadas de internet
- No publicar conflictos
- No publicar fotografías que tiendan a interpretarse erróneamente
- No publicar fotos dando énfasis a una sola persona



NOMBRE DEL PLAN:	Incremento del número de seguidores en redes sociales	Dirección General de Investigación
DEPARTAMENTO:	Unidad de Comunicación	FECHA:31/08/2015
OBJETIVOS GENERALES:	Incrementar la información socializada y focalizada para el grupo objetivo	
OBJETIVO ESPECIFICO:	Dar a conocer el trabajo que realiza la Dirección General de Investigación por medio de las distintas redes sociales que se manejan.	
	Contar con un mayor número de personas que identifiquen a la Institución por su objetivo primordial que es la comunicación y socialización de los resultados de las investigaciones.	

No.	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	TIEMPO		COSTO Q.	EVALUACIÓN	RESULTADOS
			INICIO	FINAL			
1	Generación de la Estrategia de comunicación en redes sociales	Comunicación			Q0.00	Monitoreo mensual	Alcance a mayor población
2	Incremento de información sectorizada	Comunicación			Q0.00	Estadística del crecimiento	Llevar el control del aumento de información sectorizada
3	Cinco publicaciones por día y creación de tendencias	Comunicación			Q0.00	Verificación de las publicaciones	Generación de actividad y de información para los seguidores
4	Informar con actividades a publicar en redes sociales	Dirección General, Coordinadores de Proyecto			Q0.00	Publicación veraz y correcta conforme a la actividad	Contar con mayor información para realizar más y mejores publicaciones sobre las actividades
5	Promoción de las distintas redes sociales y del portal web	DIGI			Q0.00	Encargada de redes sociales	Personal interno de la Dirección General de Investigación comprometido a la socialización de la información
Costo Total:					Q0.00		

NOMBRE DEL PLAN:	Generación de campañas informativas	Dirección General de Investigación
DEPARTAMENTO:	Unidad de comunicación	FECHA:17/12/2014
OBJETIVOS GENERALES:	Dar a conocer los logros en las investigaciones de la Dirección General de Investigación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.	
OBJETIVO ESPECIFICO:	Socializar los resultados de las investigaciones.	

No.	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	TIEMPO		COSTO Q.	EVALUACIÓN	RESULTADOS
			INICIO	FINAL			
1	Creación del contenido	Comunicación			Q. 0.00	Dirección General	Información seccionada y estandarizada
2	Definición del grupo objetivo	Dirección			Q. 0.00	Dirección General y Comunicación	Focalización de la población
3	Lanzamiento de la campaña en medios de comunicación institucionales	Comunicación			Q. 0.00	Comunicación	Socialización de la información focalizada a la población necesaria
4	Material gráfico	Comunicación			Q. 0.00	Dirección General y Comunicación	Presentación de la información de manera visual y gráfica
Costo Total:					Q0.00		



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

DC

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CIUDAD UNIVERSITARIA ZONA 12
TEL: 24188000